



DET
DANSKE
FILMINSTITUT

VIDSTE DU?

Om danskernes brug af film og serier
– udvidet version

November 2019

FORMÅL

VIDSTE DU? – 2019 er en opdatering og videreførelse af DFIs analyse fra 2017. Analysen skal give indsigt i publikums holdninger, adfærd og forbrugsmønstre til forskellige fiktionsformater som spillefilm, tv-serier og web-serier.

Du vil blandt andet få indsigt i, hvad der motiverer publikum til at gå i biografen eller se fiktion i hjemmet og hvad man har af forventninger til forskellige formater.

Du vil også få indsigt i, hvor udbredte film er på tværs af biograf, streaming og tv og hvor udbredte omtalte serier fra streamingtjenesterne i virkeligheden er.

VIDSTE DU? skal også gerne give dig mulighed for at afdække myter og postulater om publikum og dermed erstatte anekdotiske påstande og ekkokamre med viden og indsigt.

METODE OG FORBEHOLD

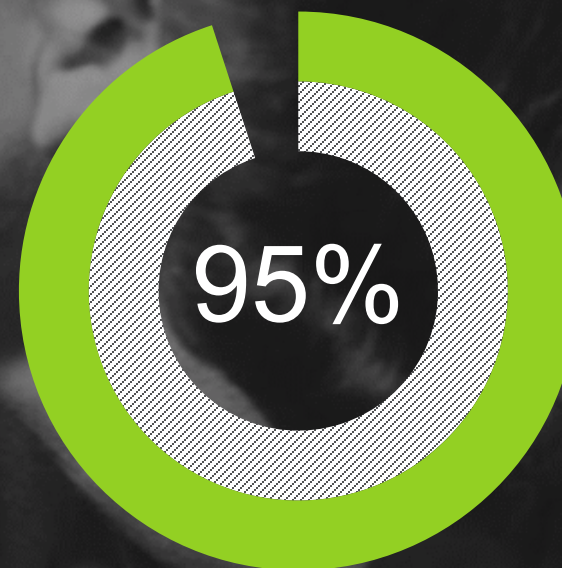
- Spørgeskemaundersøgelse baseret på mere end 2.500 interview i et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i alderen 15år+
- Udarbejdet af DFI i samarbejde med analysebureauet YouGov.
- Analysen ser bl.a. nærmere på udbredelsen af specifikke film og serier i befolkningen.
 - Udbredelsen måles på tværs af visningsplatforme (Biograf, DVD, Digital køb, Leje, streaming, tv-visning etc.).
 - Definitionen af hvornår man har set en specifik serie, er betinget af, at man har set mindst 3 afsnit
- I analysen måles udbredelse på et udvalgt antal film og serier, og toplister mv. er derfor ikke dækkende for alle film og serier.
- Ikke alle af de målte film har endnu været tilgængelige på alle visningsplatforme – f.eks. har en del af de nyere film endnu ikke været vist på tv
- Da der måles i aldersspændet 15år+, vil børne/familiefilm naturligvis ligge lavere end det reelle niveau, idet størstedelen af dette publikum ikke indgår i målingen

Næsten alle ser (stadig) film og serier

Ser film årligt



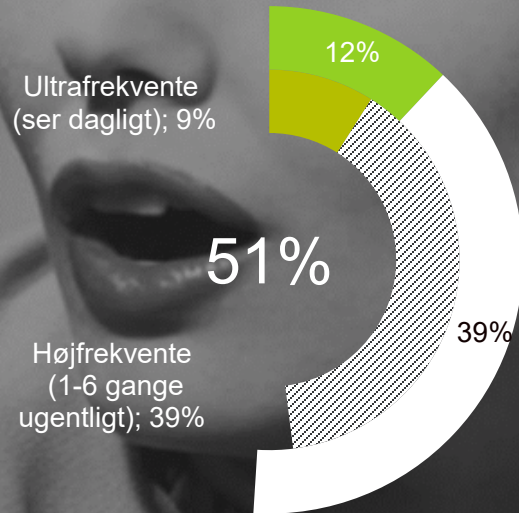
Ser serier årlig



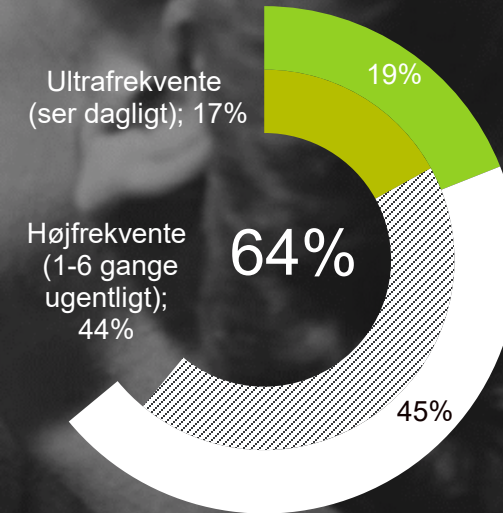
— 2017
— 2019

Og flere ser rigtig ofte

Højfrekvent filmpublikum



Højfrekvent seriepublikum

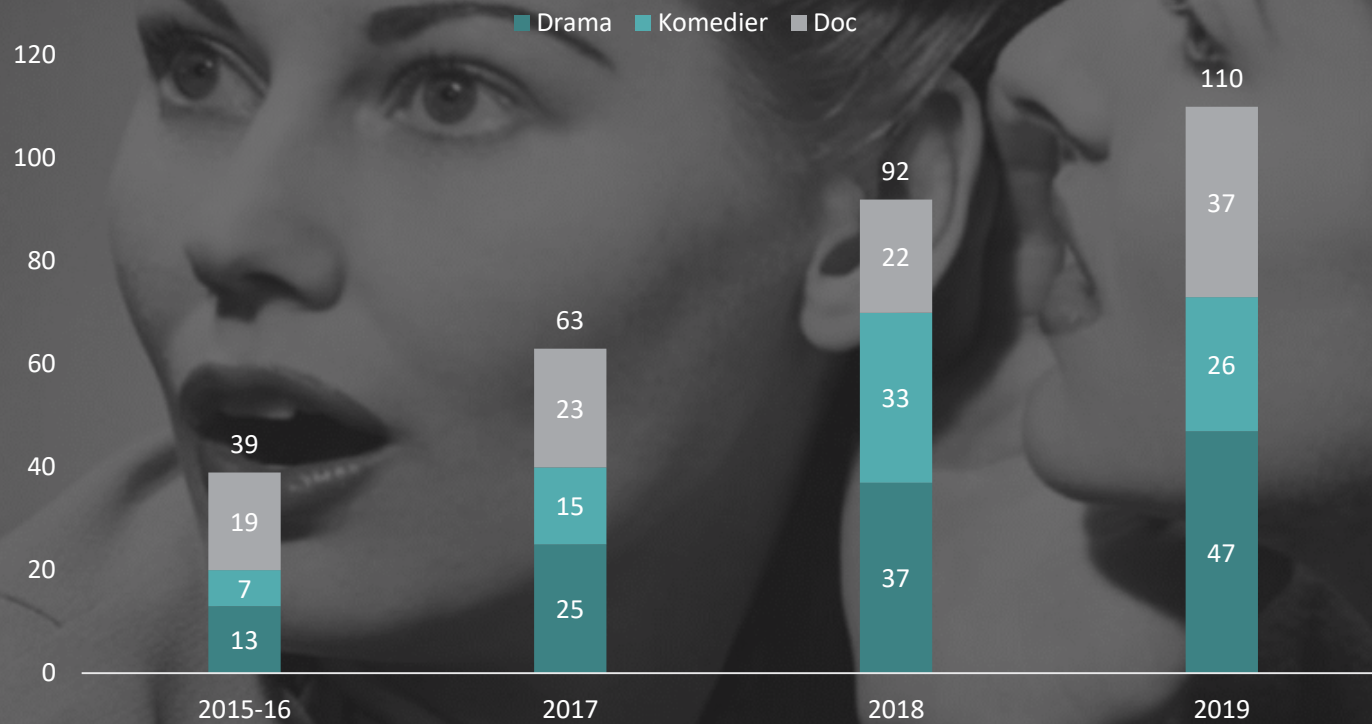


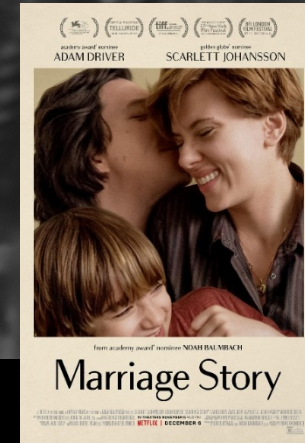
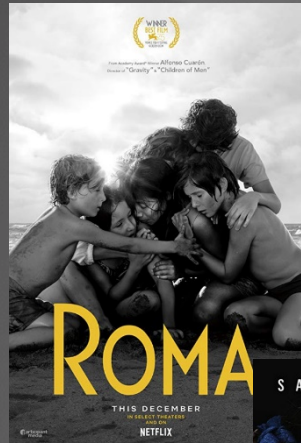


ALLE SER FILM!

....OG DET HAR STREAMINGTJENESTERNE OGSÅ OPDAGET

Netflix originals - film





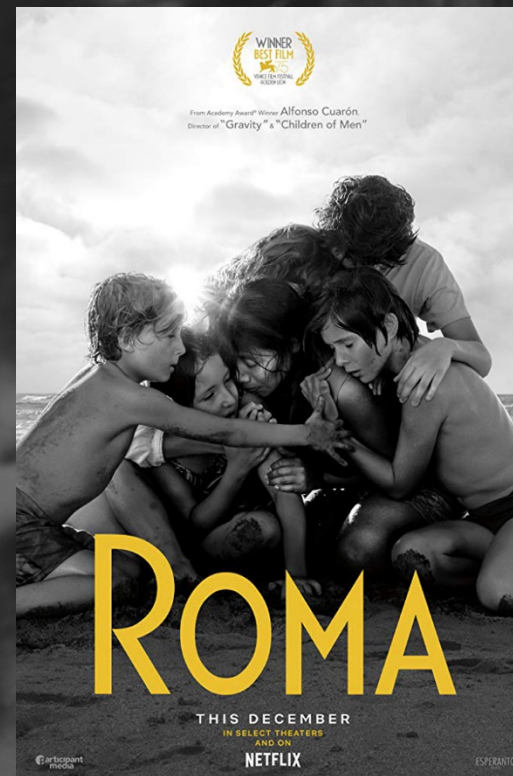
.... Og de bliver set af mange..



18%



8%



3%



18%

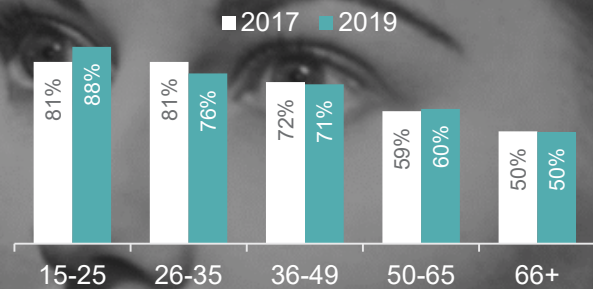
Overrepræsenteret

- Kvinder
- 15-49 år
- Storforbrugere af film
- Filmnørder, synes film er en vigtig del af deres liv
- Står uden TV-udbydere
- Hovedstad, storbyer

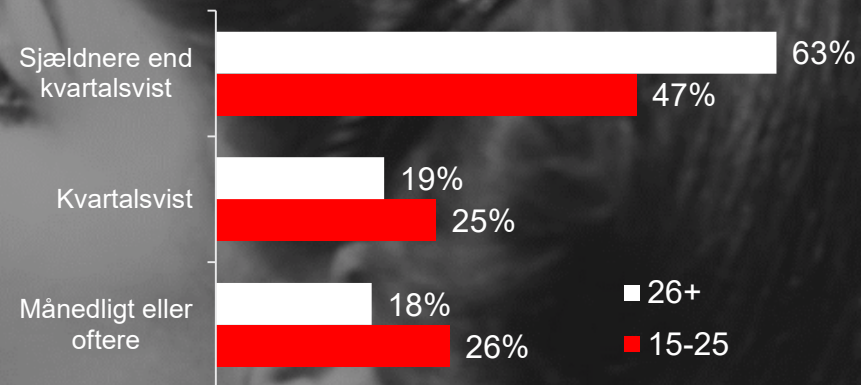


Myte: "Unge gider ikke rigtig se film i biografen længere..."

Går i biografen mindst én gang om året



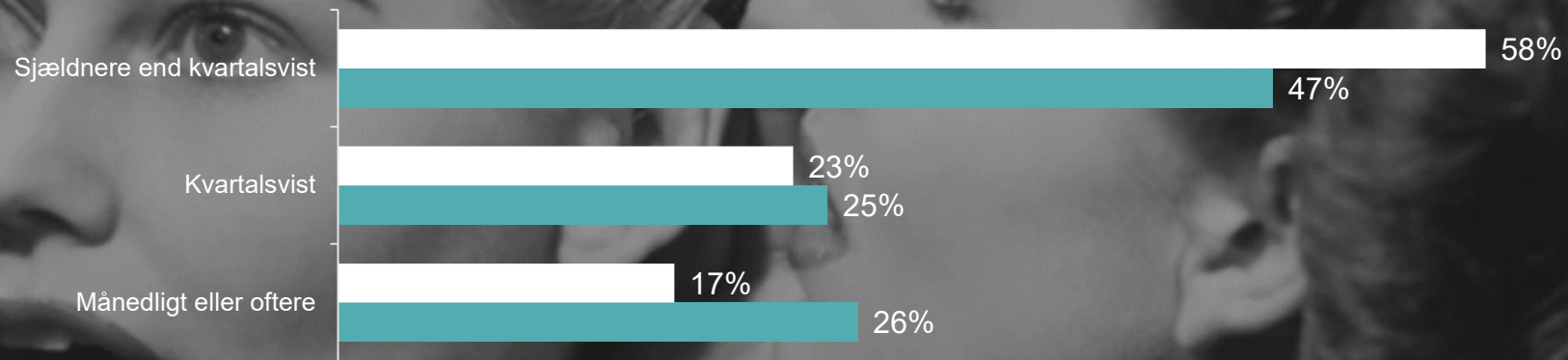
Hyppighed af biografbesøg



Unge går stadig oftere i biografen end resten af danskerne

Hyppighed af biografbesøg 15-25år

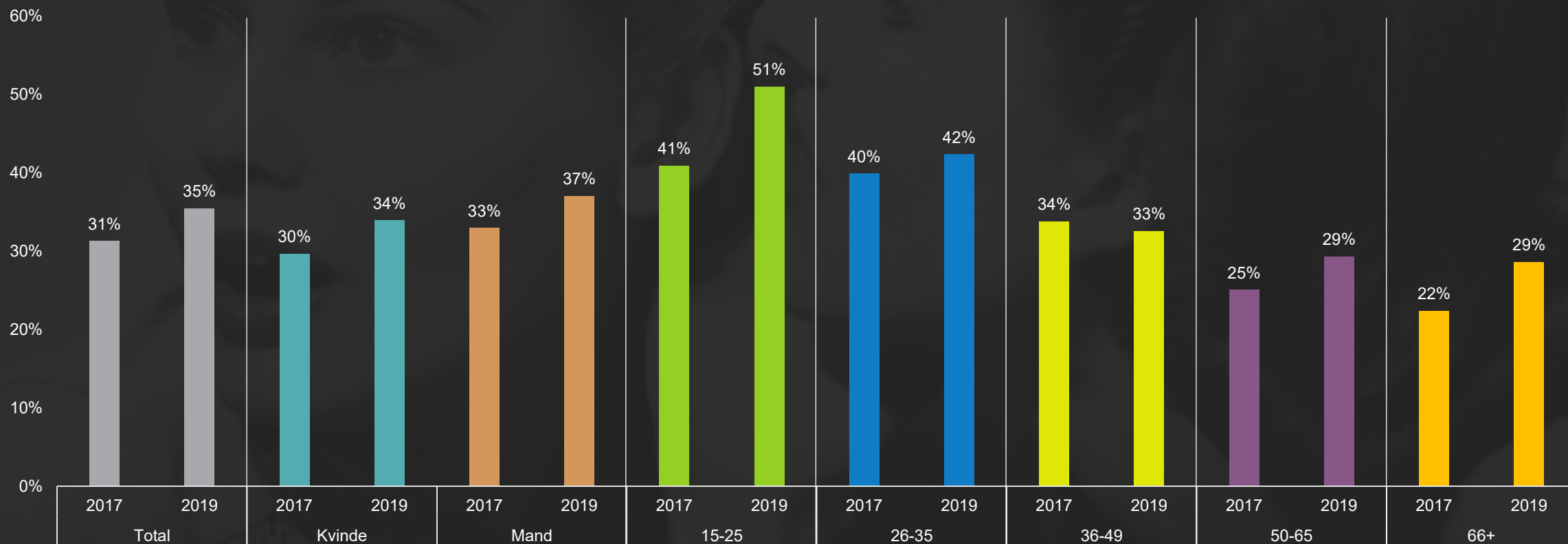
■ 2017 ■ 2019



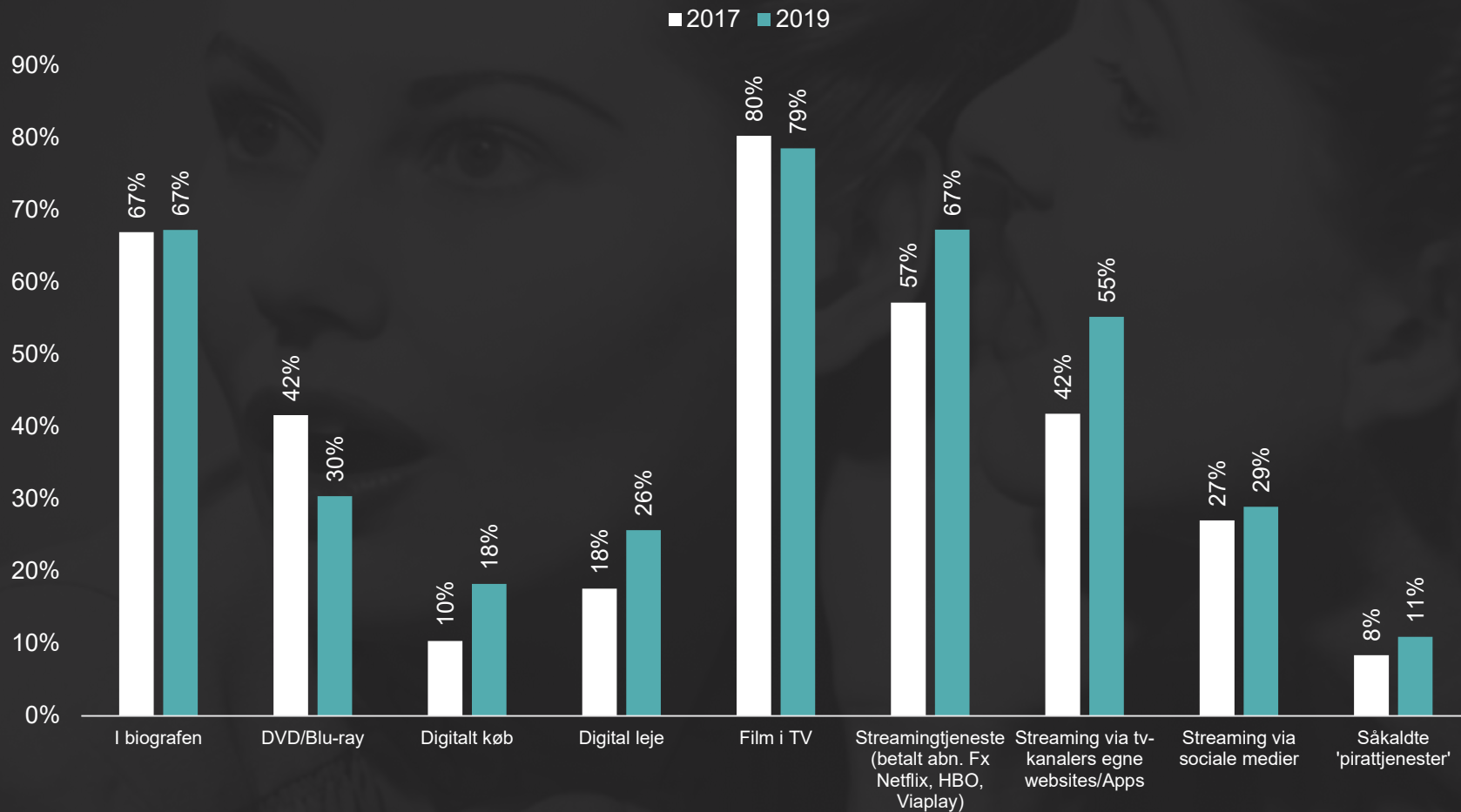
...og faktisk er der flere unge der går i biografen nu end i 2017

Biograf - udvikling

ANDEL DER GÅR I BIOGRAFEN – MIN. KVARTALSVIS

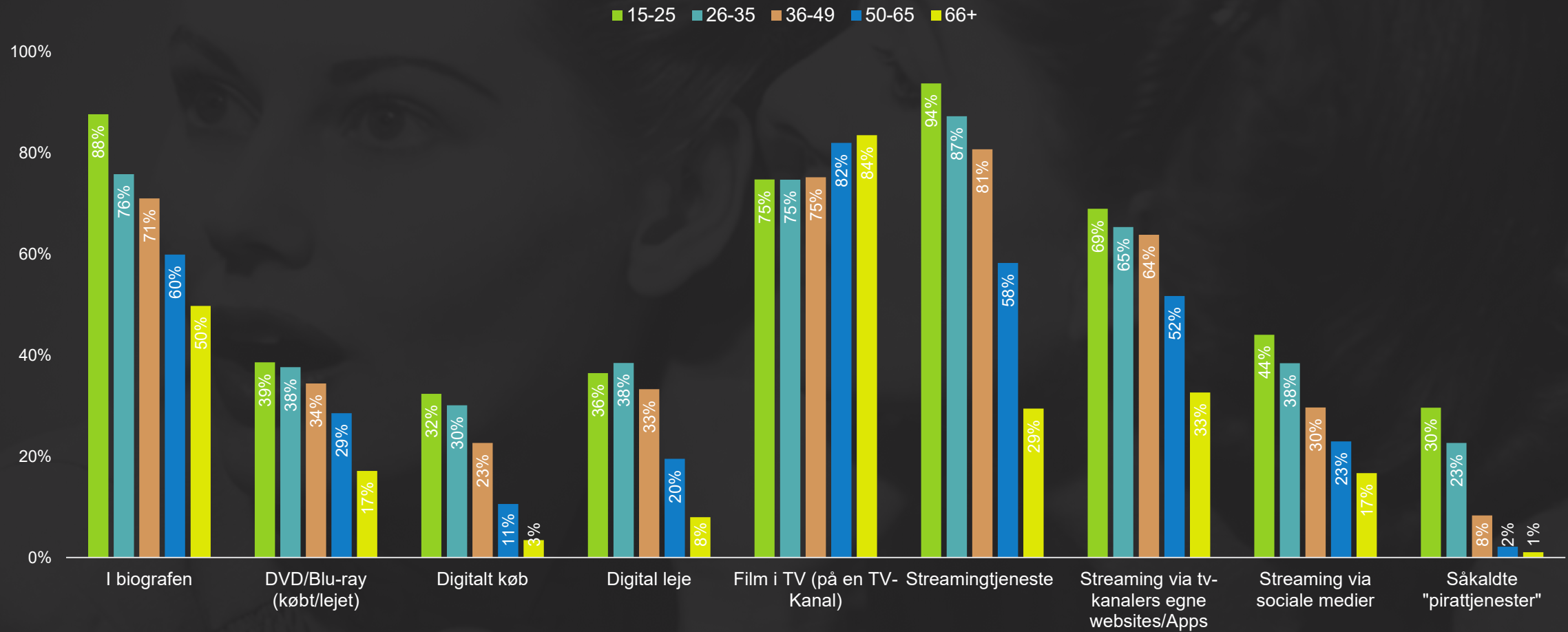


Hvor ser danskerne film?

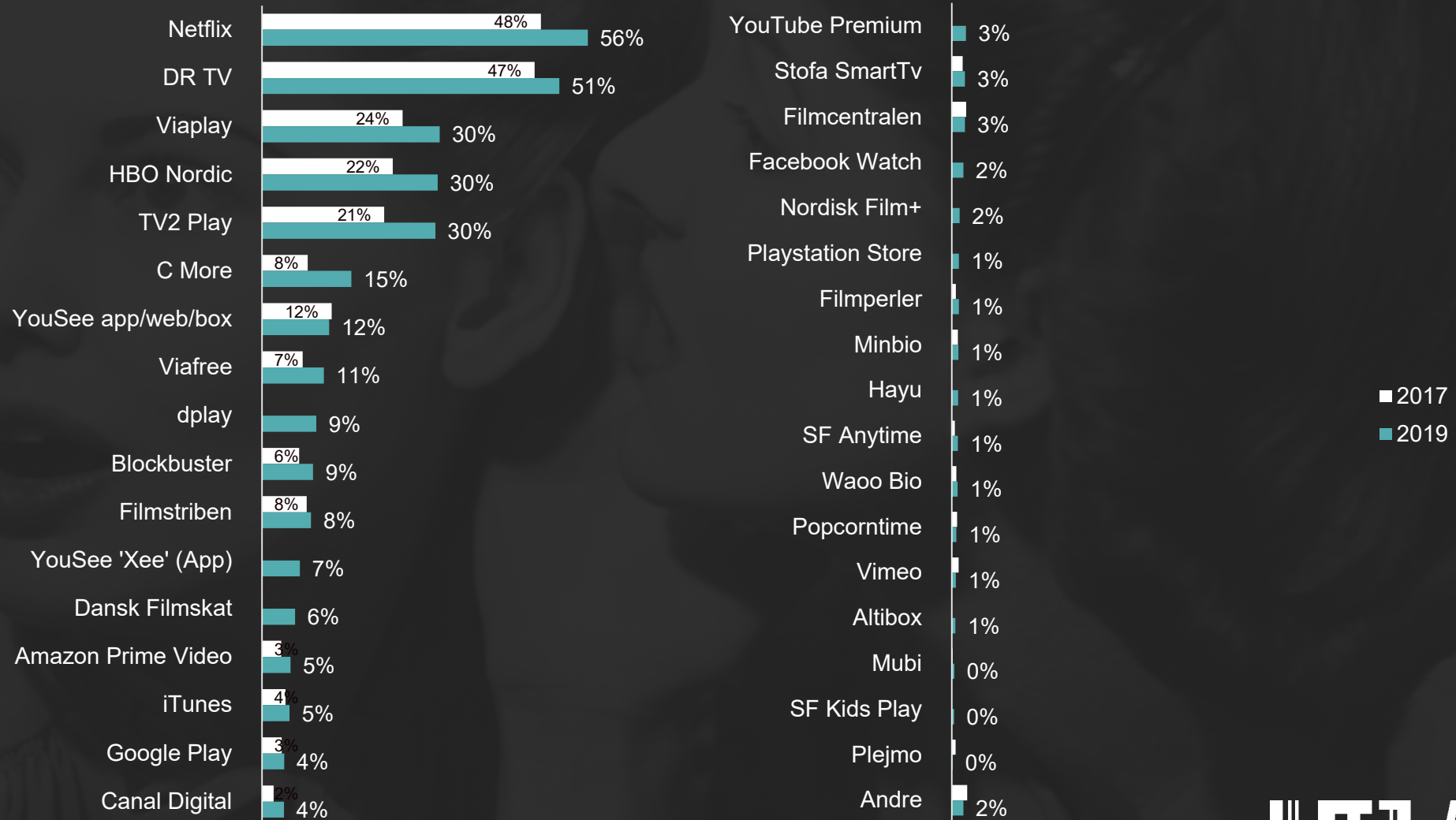


- TV – er fortsat der hvor flest ser film
- Biograferne holder stand
- Digitale formater er i vækst
- Streaming er konge og fortsætter udbredelsen
- Film på TV rykker fra flow til digital
- Pirateri er fortsat et problem

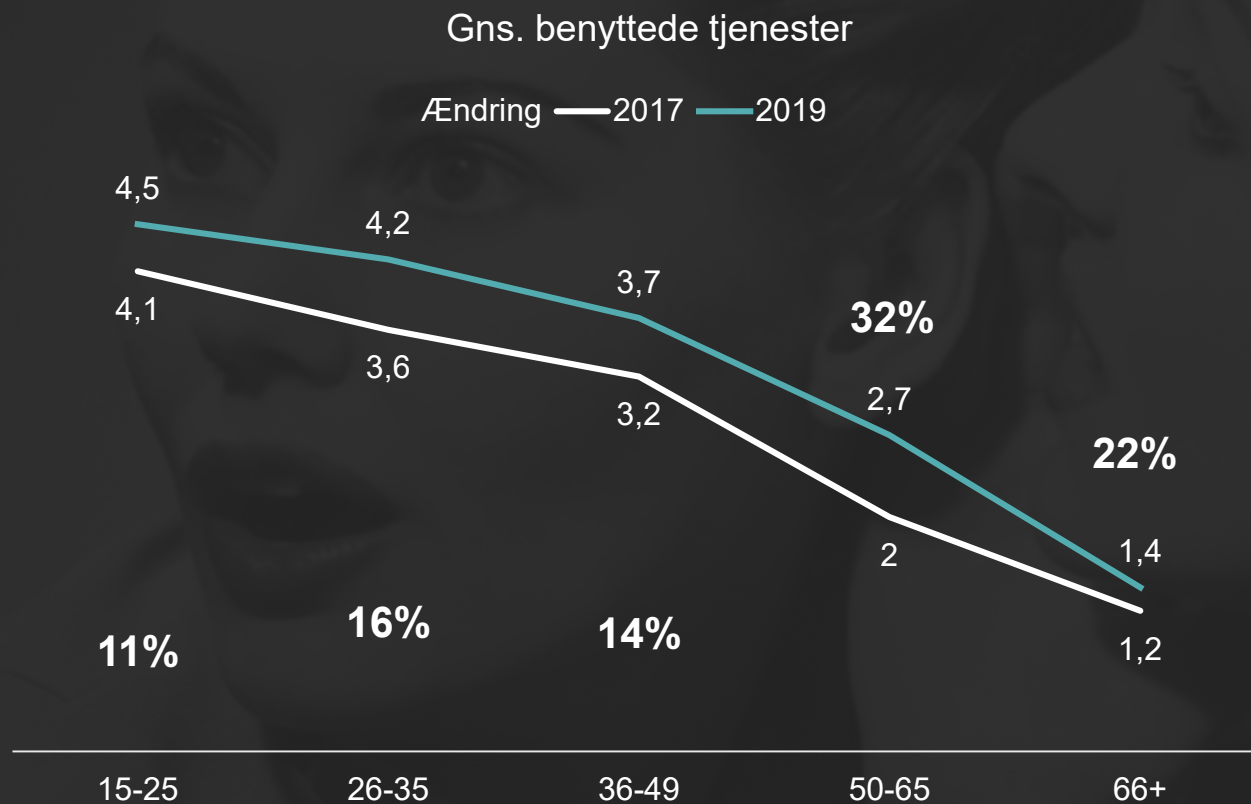
Stor forskel over aldersskel



Hvilke digitale tjenester benytter danskerne?



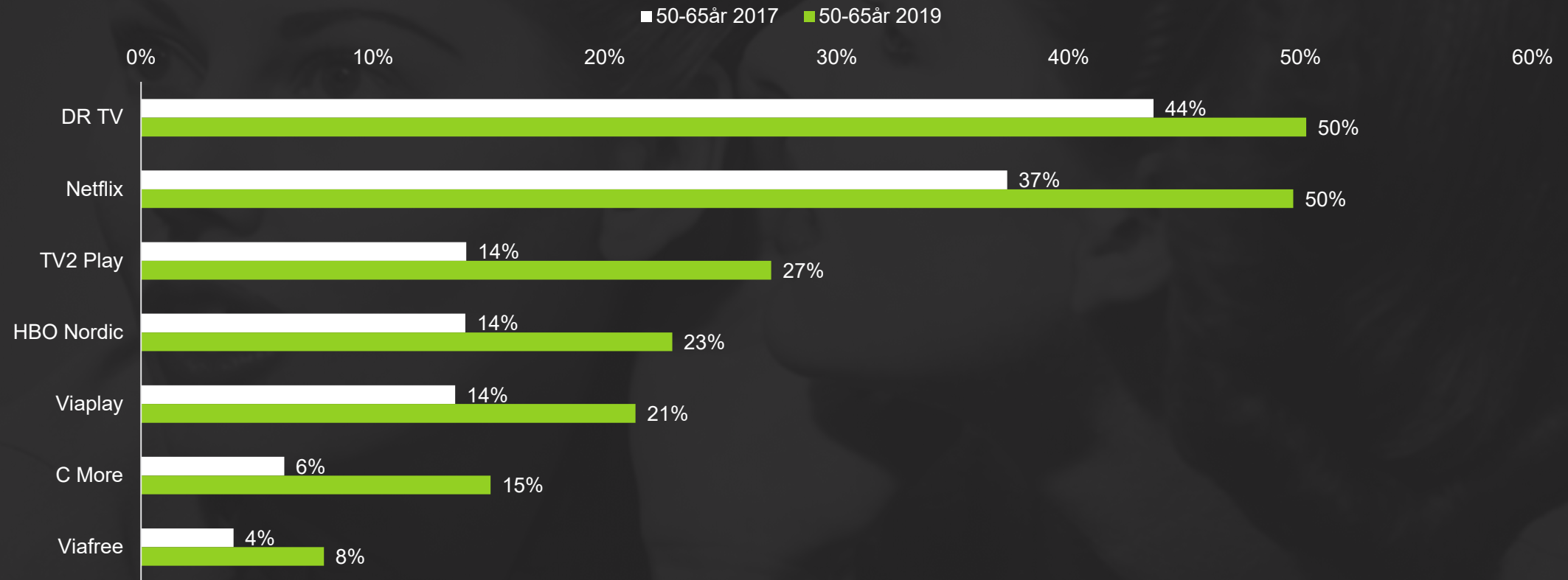
Hvor mange tjenester?



- Fortsat vækst i antal tjenester benyttet over alle aldersgrupper – størst vækst i 50år+
- Unge (15-25 årige) bruger flest, i gennemsnit 4,5 forskellige streamingtjenester
- Til sammenligning bruger de ældre over 66 år 1,4 streamingtjenester

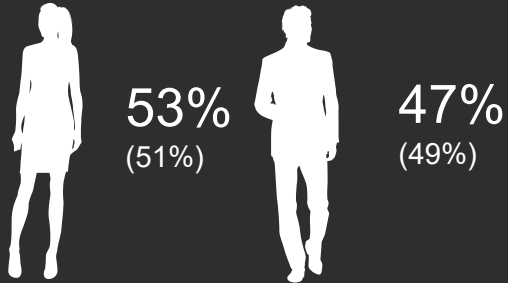
17% (21%)
af danskerne benytter
ingen af disse tjenester

Generationskløften er blevet mindre

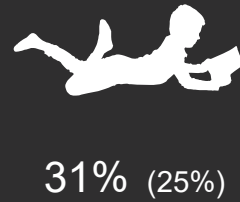


Profil - Netflix

Kønsfordeling

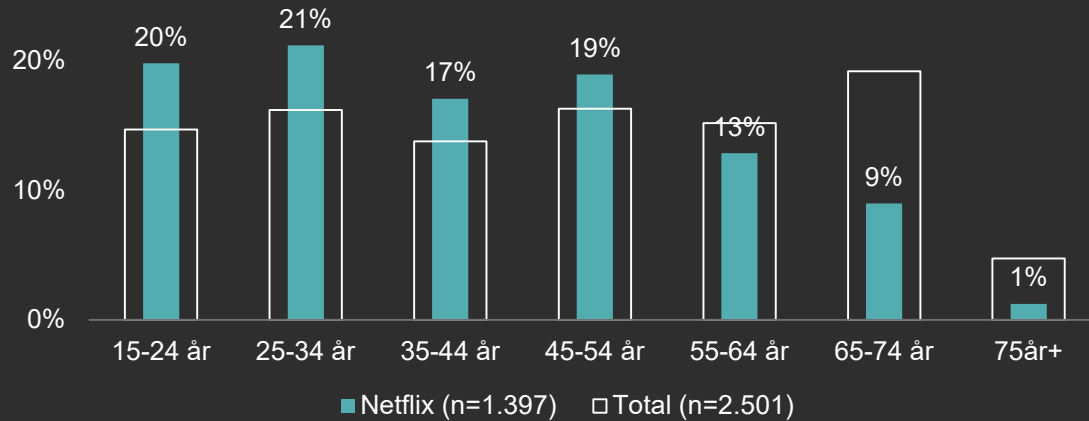


Børn i husstanden Under 18 år

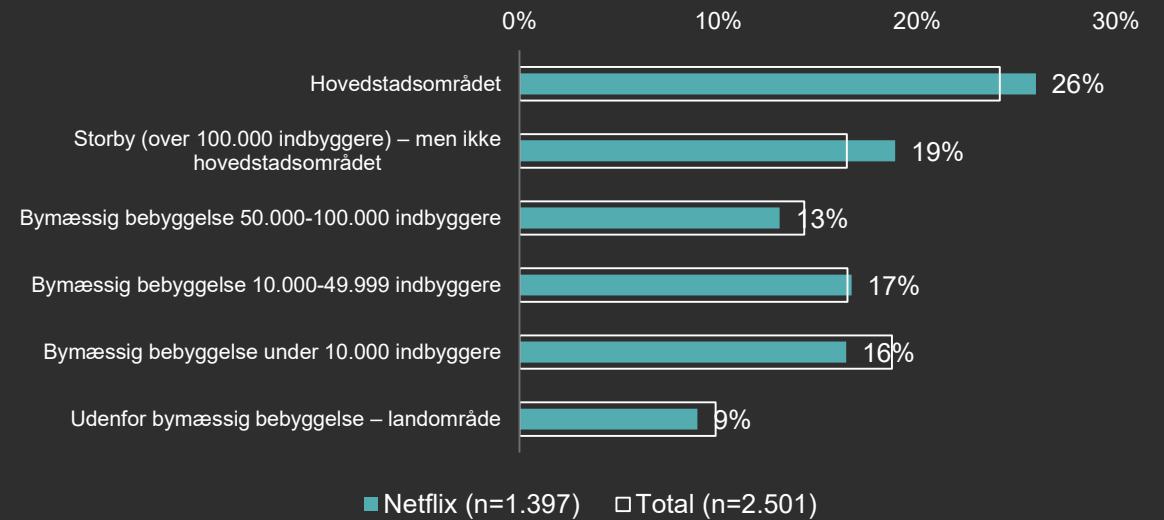


- Størst andele i segmenterne **pre family 38%** (28%), **young family 13%** (11%) og **adult family 23%** (18%)
- Der er en stor andel hhv. **funktionærer 35%** (29%) og **studerende 21%** (15%)

Aldersfordeling



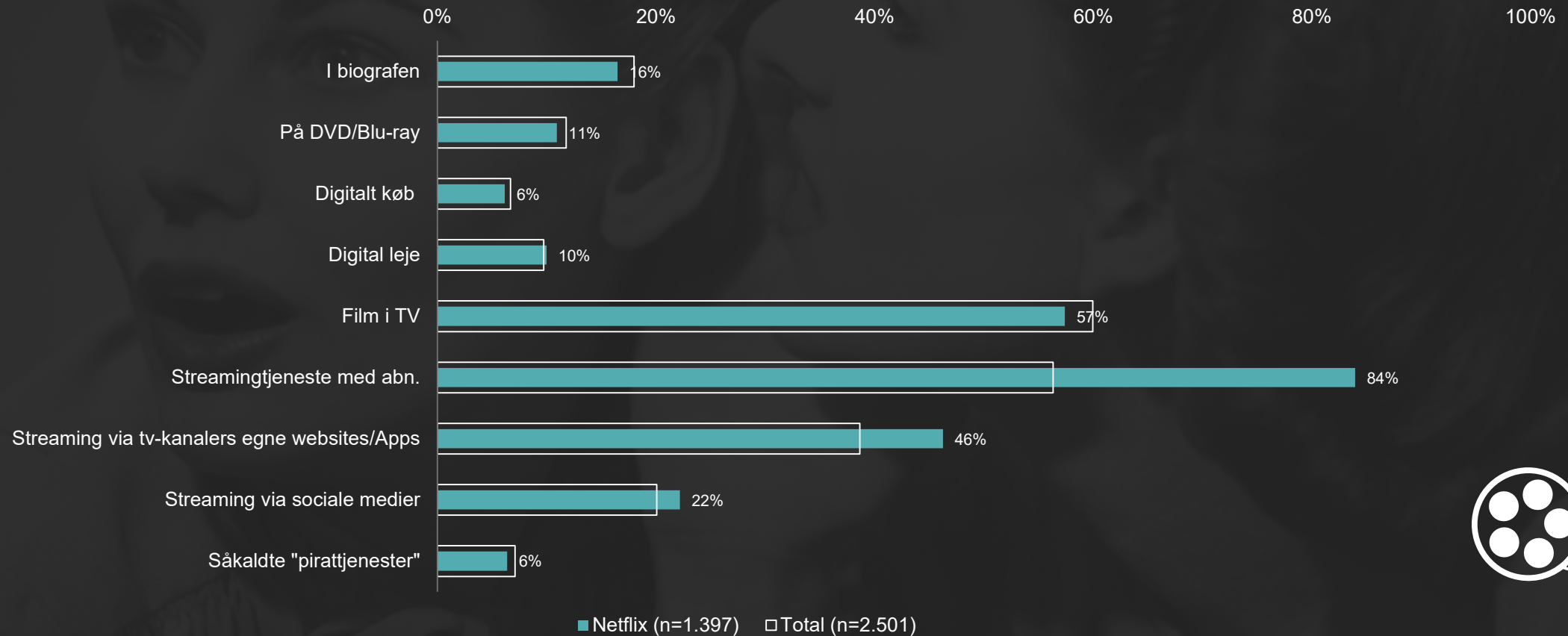
Urbanitet



Profil - Netflix

Filmforbrug på tværs

Andel der ser film på formatet min. månedligt

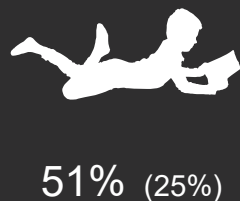


Blockbuster - profil

Kønsfordeling

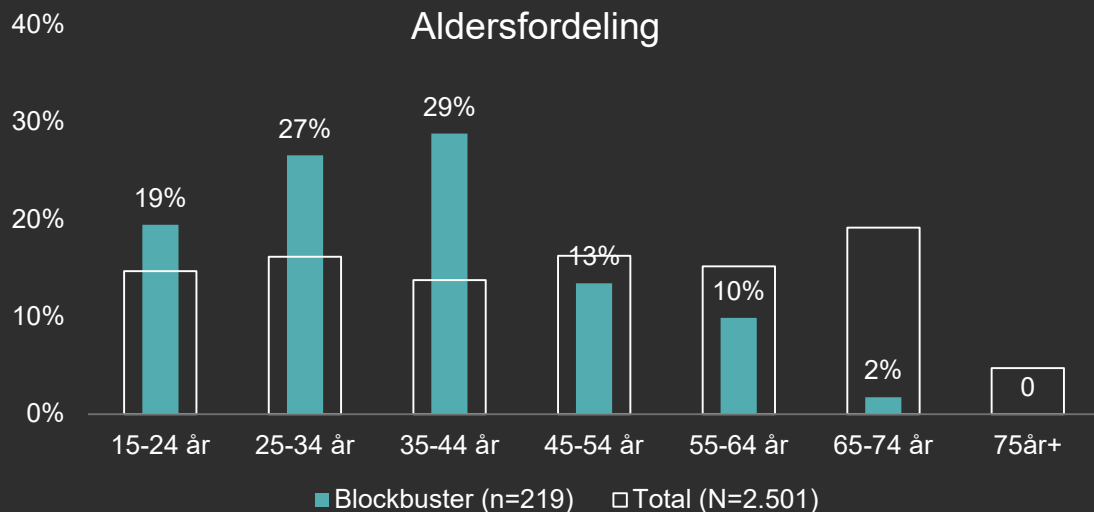


Børn i husstanden Under 18 år

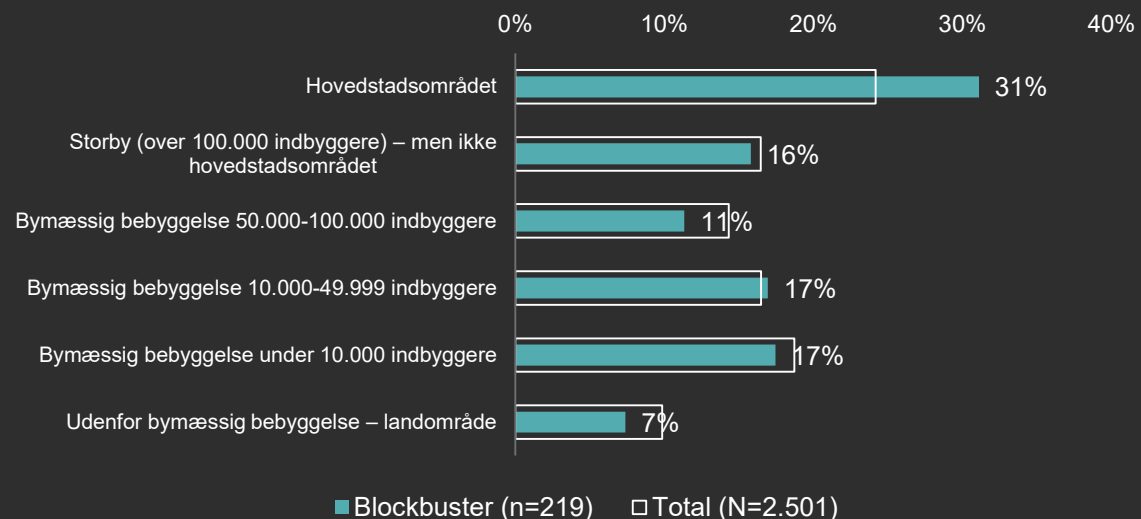


- Størst andele i segmenterne **pre family 31%** (28%), **young family 28** (11%) og **adult family 29%** (18%)
- Der er en stor andel hhv. **funktionærer 46%** (29%) og **Faglærte/ufaglærte 17%** (14%)

Aldersfordeling

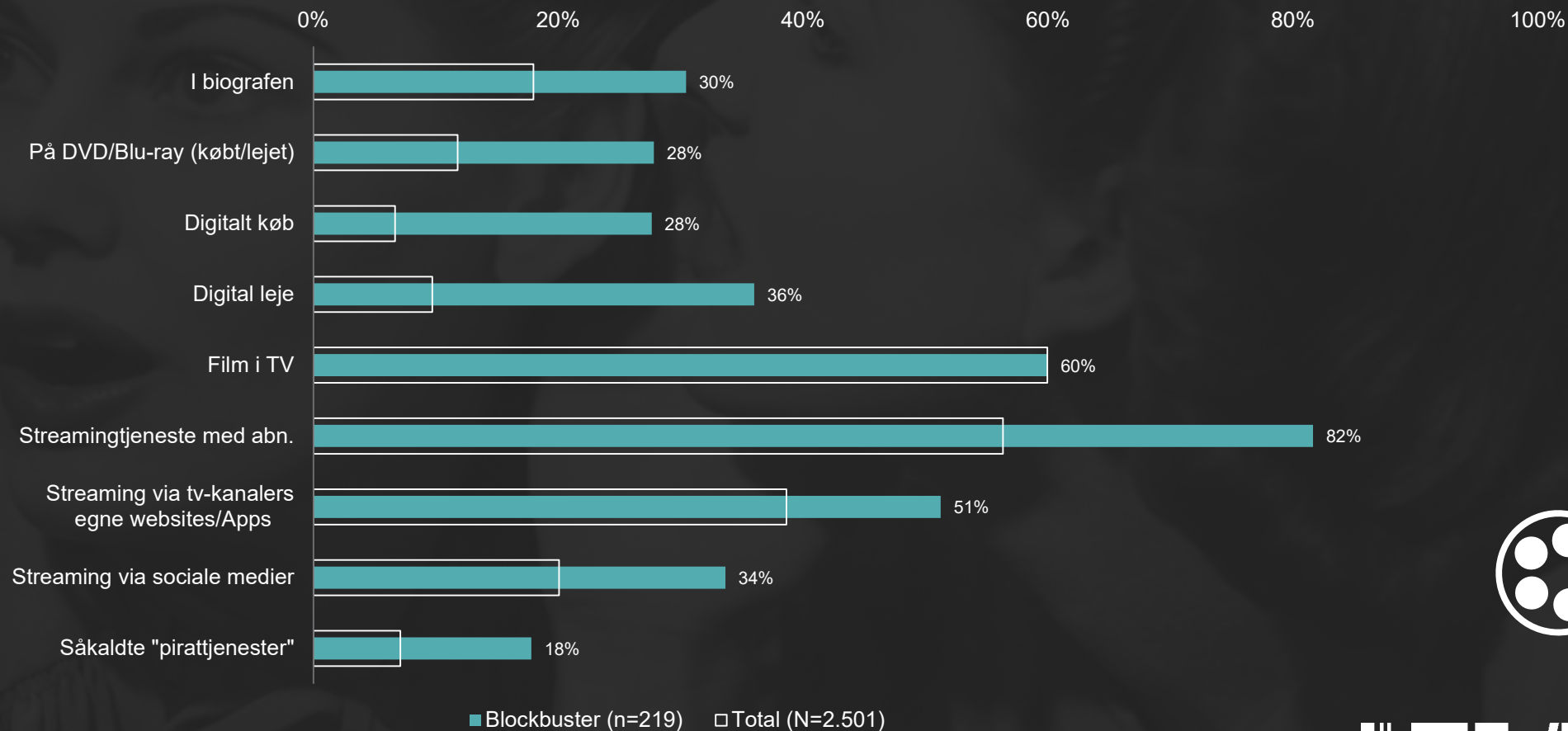


Urbanitet



Blockbuster - profil

Filmforbrug på tværs
Andel der ser film på formatet min. månedligt



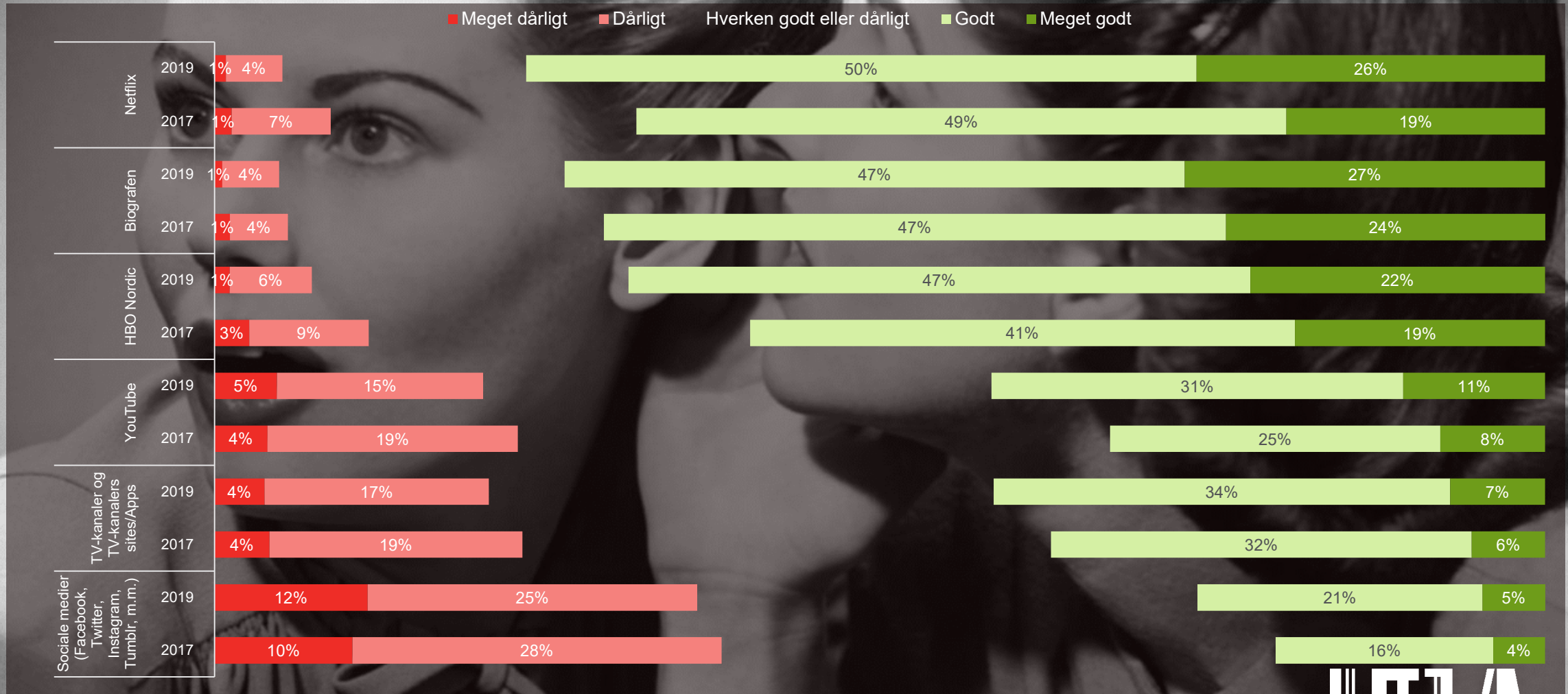
På hvilke primære skærme?

	Film	Serier	Film (15-25 årige)	Serier (15-25 årige)
TV	85%	79%	65%	57%
Computer	24%	28%	51%	59%
Tablet	16%	20%	19%	22%
Smartphone	9%	16%	18%	35%
Projektor	5%	3%	11%	6%

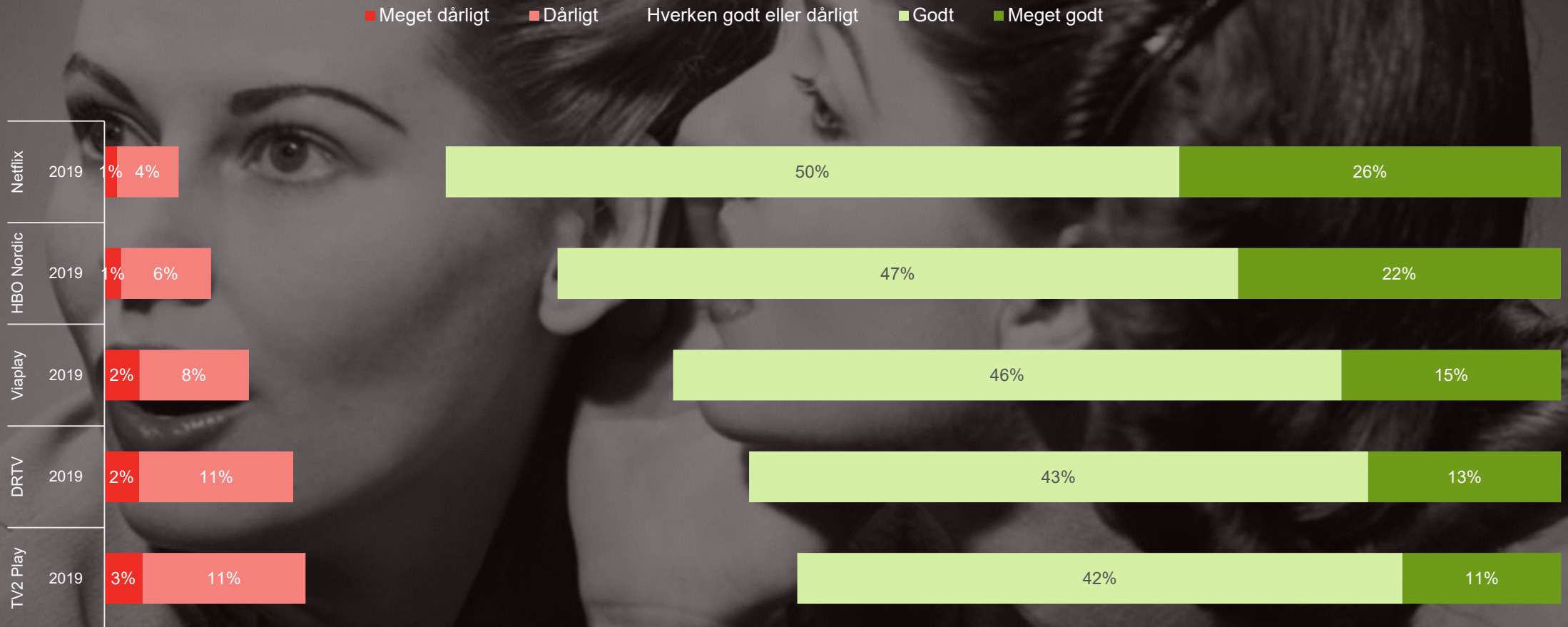
Unge ser typisk lige meget serier på deres computer og deres TV-skærm

32% i 2017

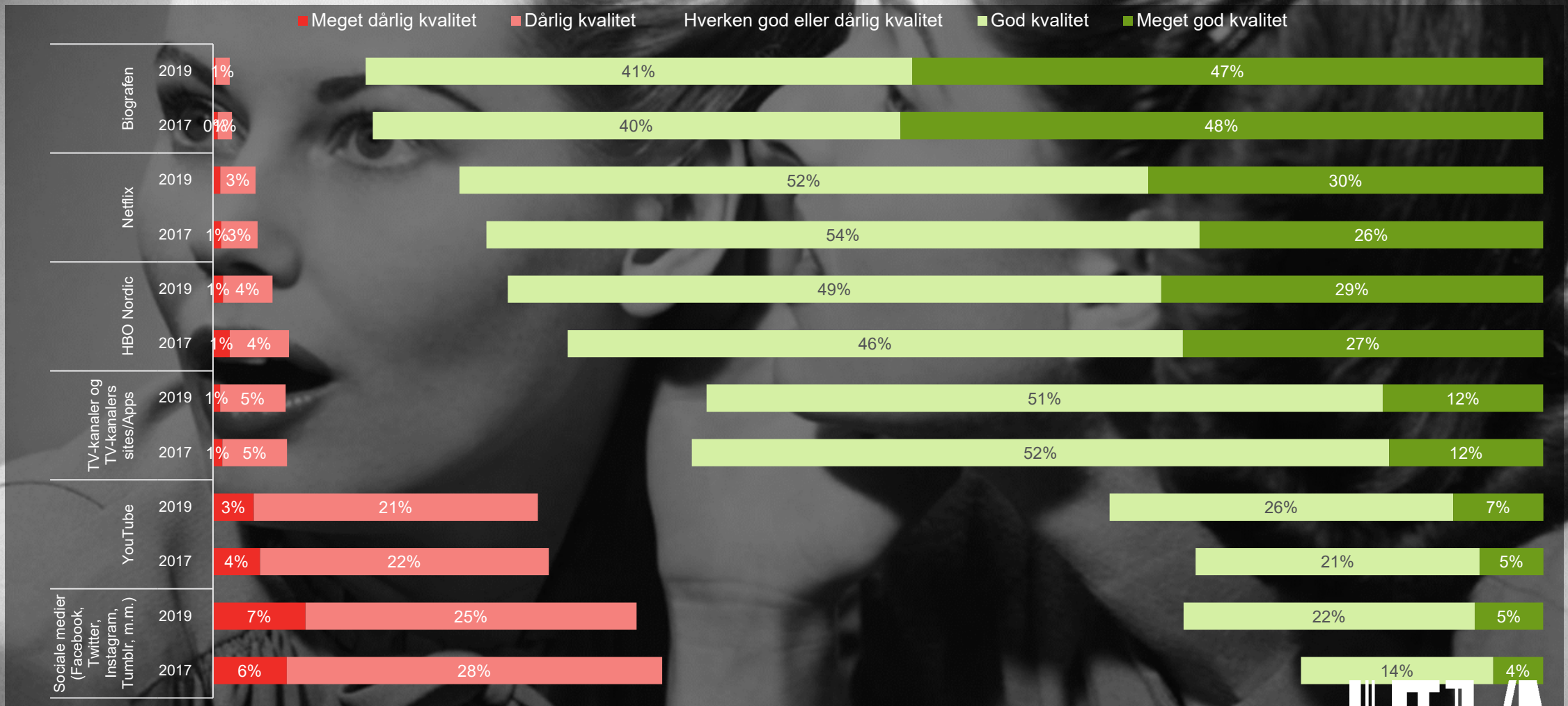
Hvordan vurderer de udbuddet?



Hvordan vurderer de udbuddet?

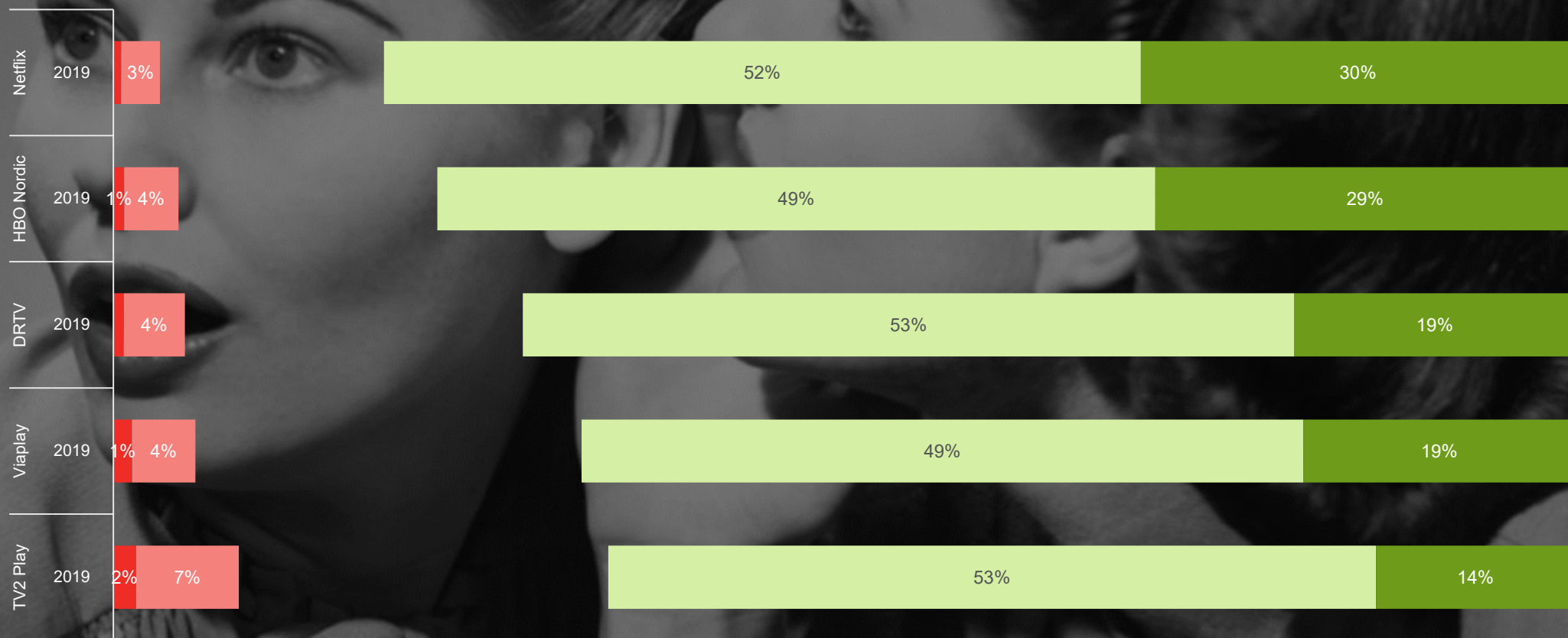


Hvordan oplever de kvaliteten?

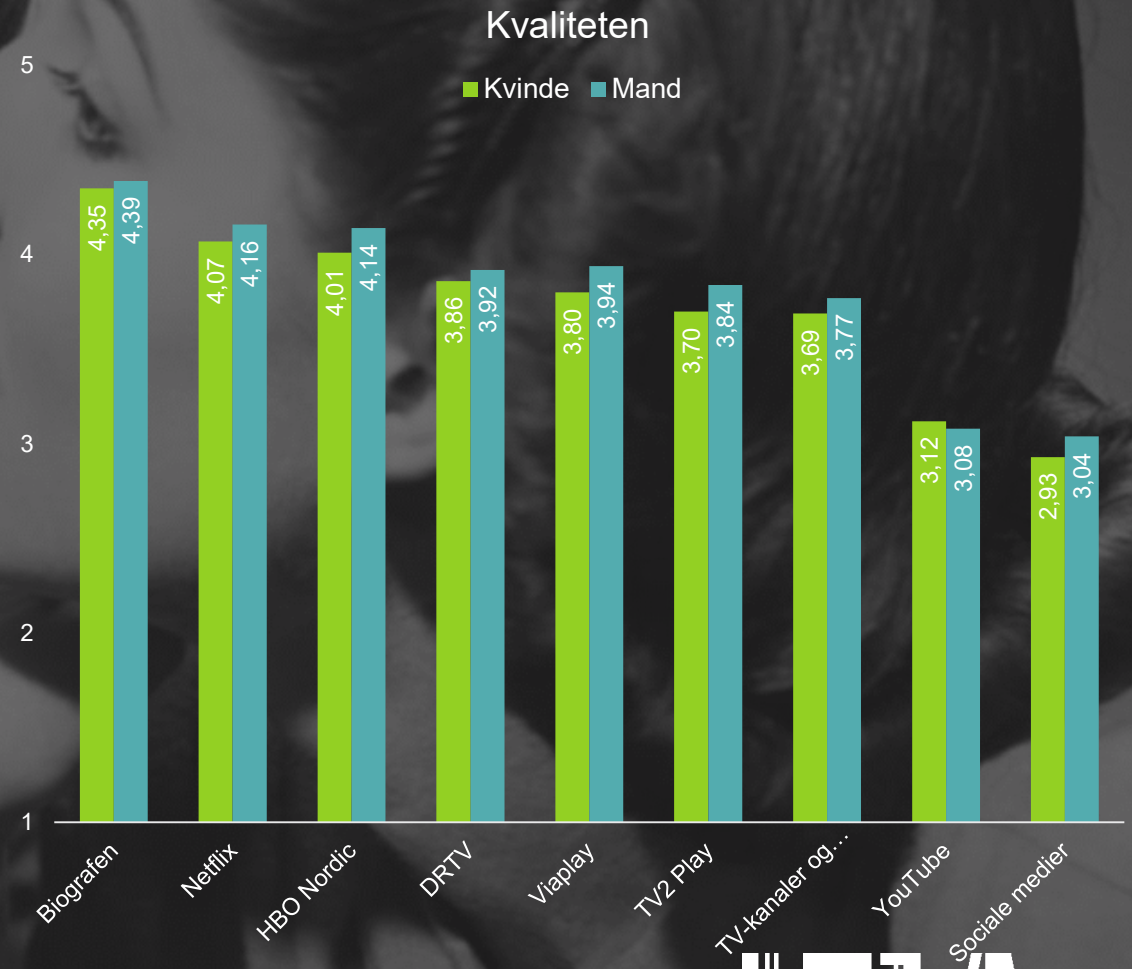
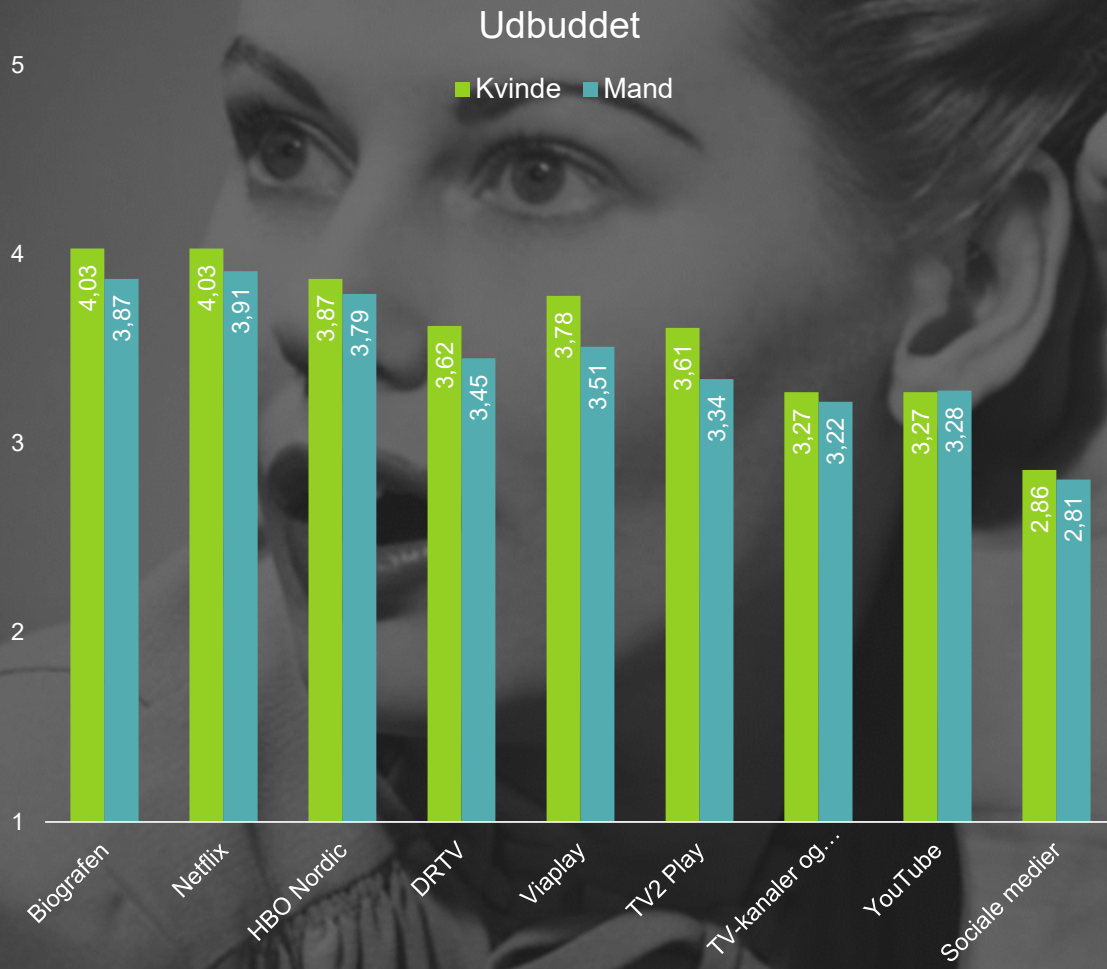


Hvordan oplever de kvaliteten?

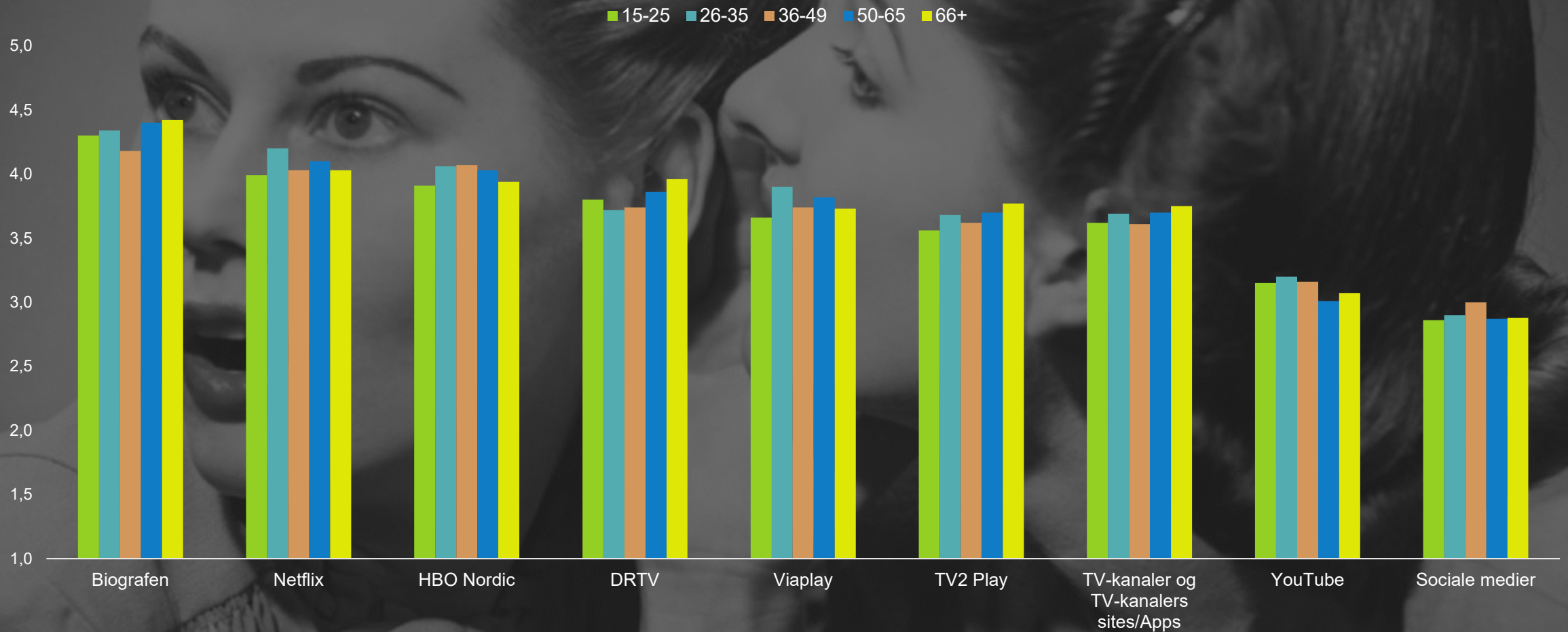
■ Meget dårlig kvalitet ■ Dårlig kvalitet ■ Hverken god eller dårlig kvalitet ■ God kvalitet ■ Meget god kvalitet



Hvordan oplever de udbud og kvalitet?



Hvordan oplever de kvaliteten?

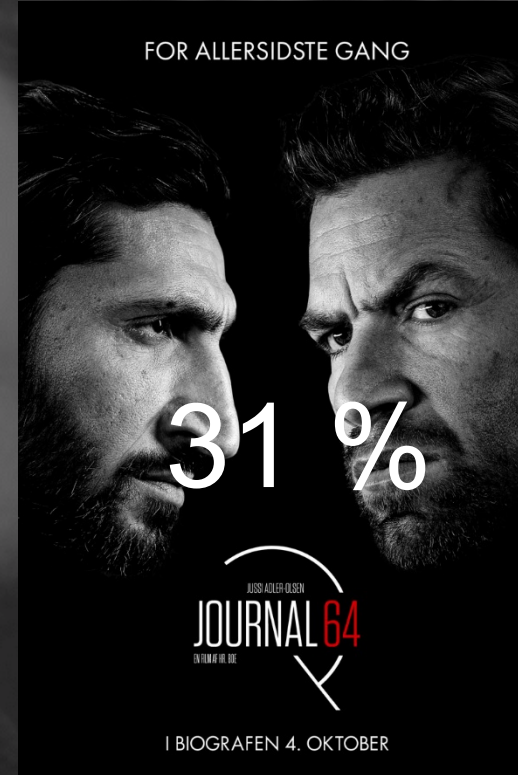


Hvad er vigtigst, når danskerne vælger film og serier?





FILMENES UDBREDELSE
– ud over biografbilletter



2017

2019

703.000
billetter i
biografen



2017:
1.825.000
publikum



2019:
1.862.000
publikum

37,5 %
(20 mdr.)

38,3%
(37 mdr.)

2017



255.519
billetter i
biografen

2017:
646.667
publikum

14 %
(10 mdr.)

2019



2019:
970.000
publikum

21 %
(27 mdr.)

2017



325.000
billetter i
biografen

2017:
559.000
publikum

12 %

(9 mdr. efter premieren)

2019



2019:
883.000
publikum

18 %

(27 mdr.)

Mest sete danske film på tværs af platforme

(Film med biorelease i perioden 2016-2018)

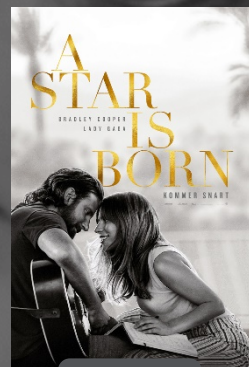




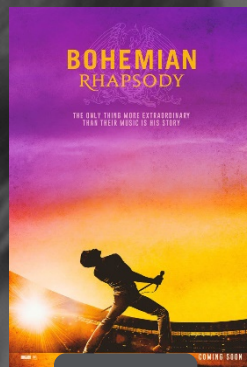
21%



21%



20%



19%



16%



15%



14%



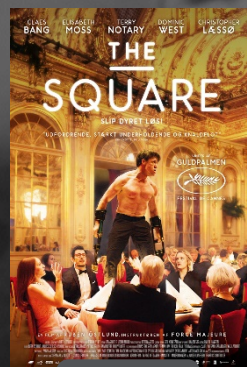
13%



12%



6%



5%



4%



2%

KATALOG
200 Film



15%



9%

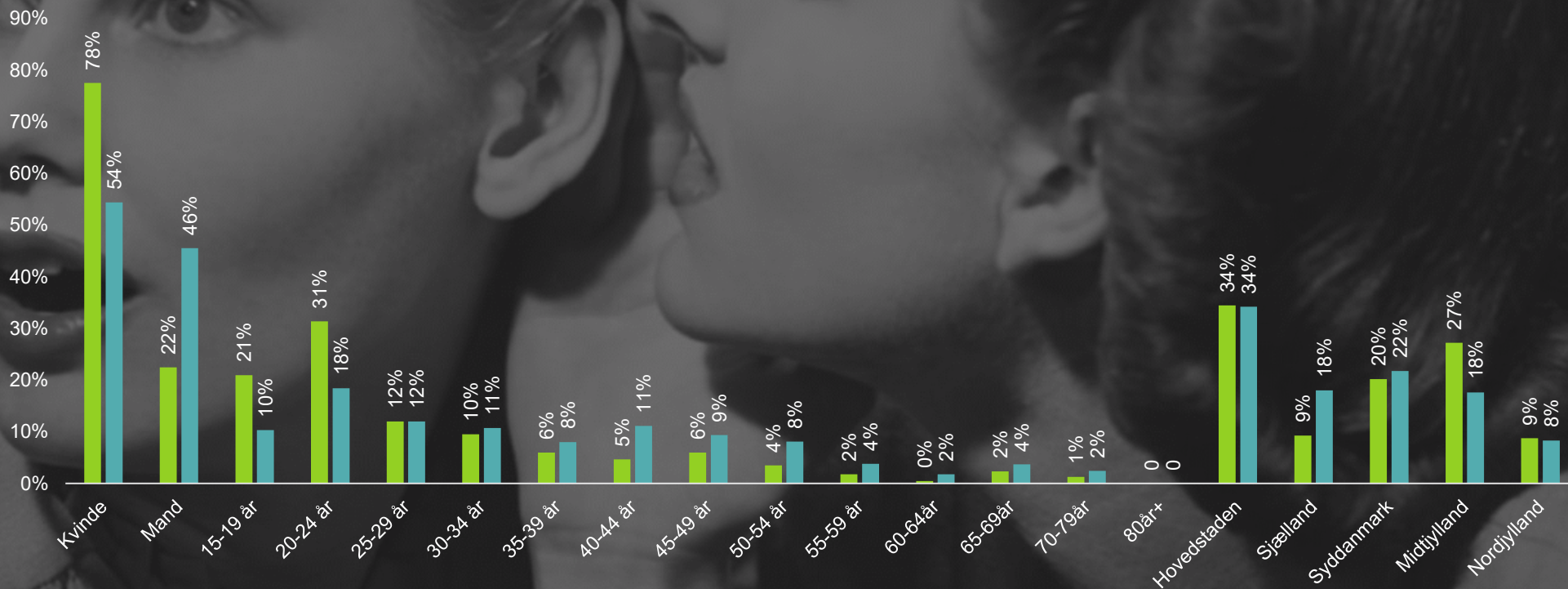


9%



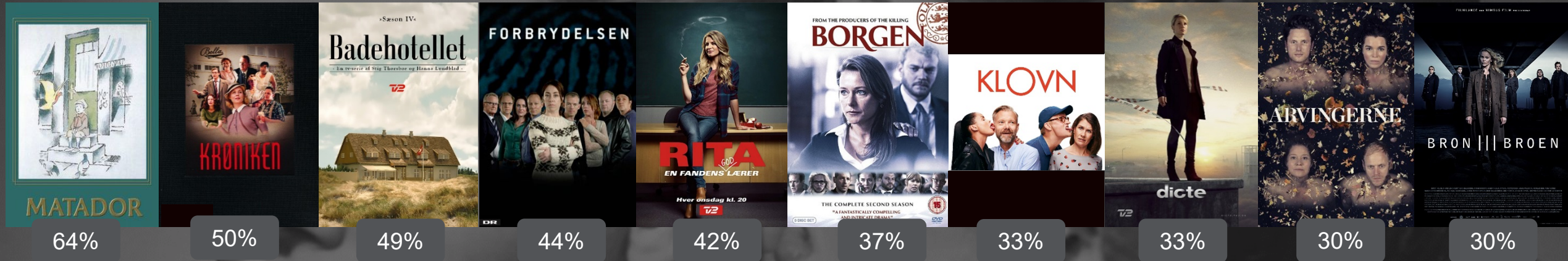
15%

■ Riverdale ■ The Rain



DET DANSKE FILMINSTITUT

Mest sete serier



.... Og så er der også en række andre nyere danske serier



18%



16%



12%



7%



5%



5%



14%



10%



9%



6%



10%



4%



7%



7%



6%



2%

KATALOG
120 serier



11%



3%



8%



9%



3%



3%

KATALOG
120 serier



14%

=



14%

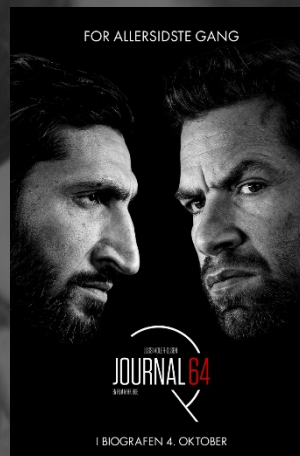


11%

=



11%



31%



26%

=



29%



28%

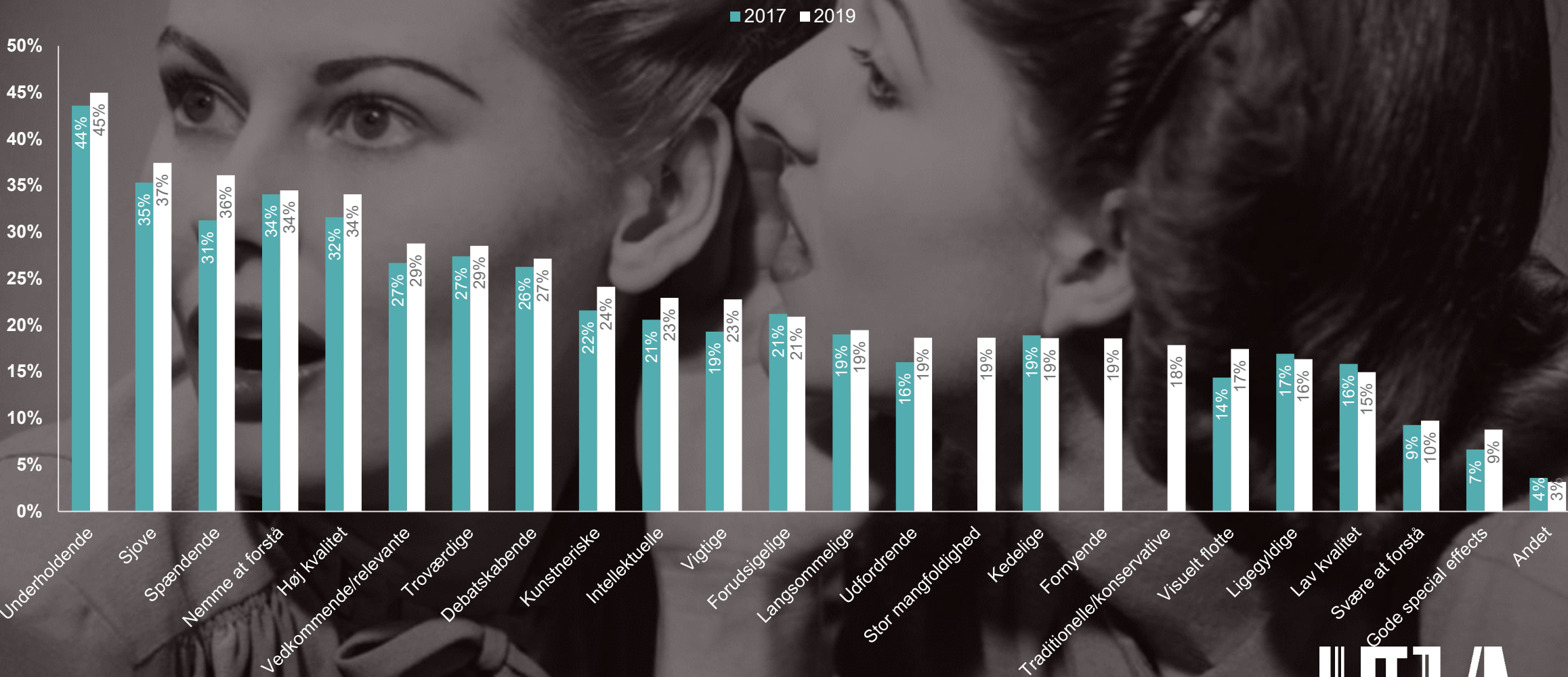
IFILM

DET DANSKE FILMINSTITUT



Oplevelse af dansk film

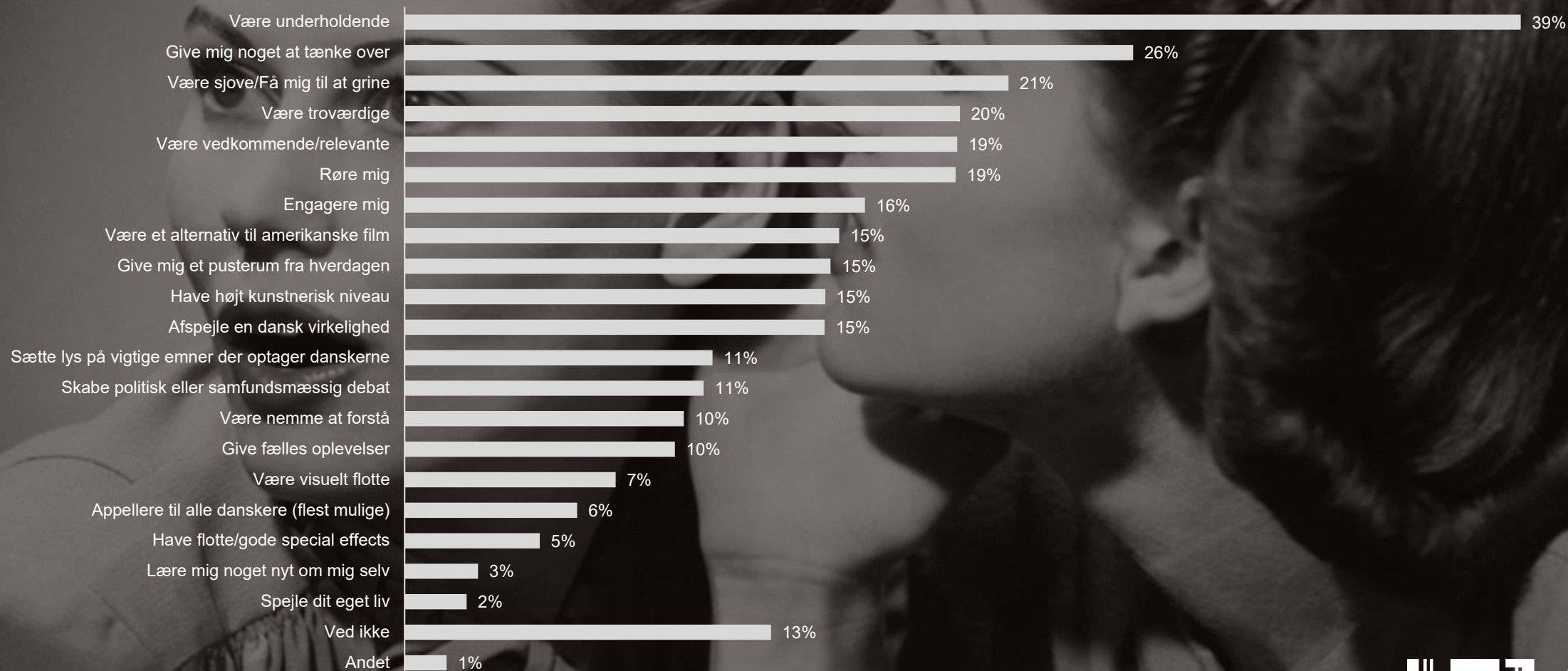
Danske film - udvikling





Hvad skal dansk film kunne?

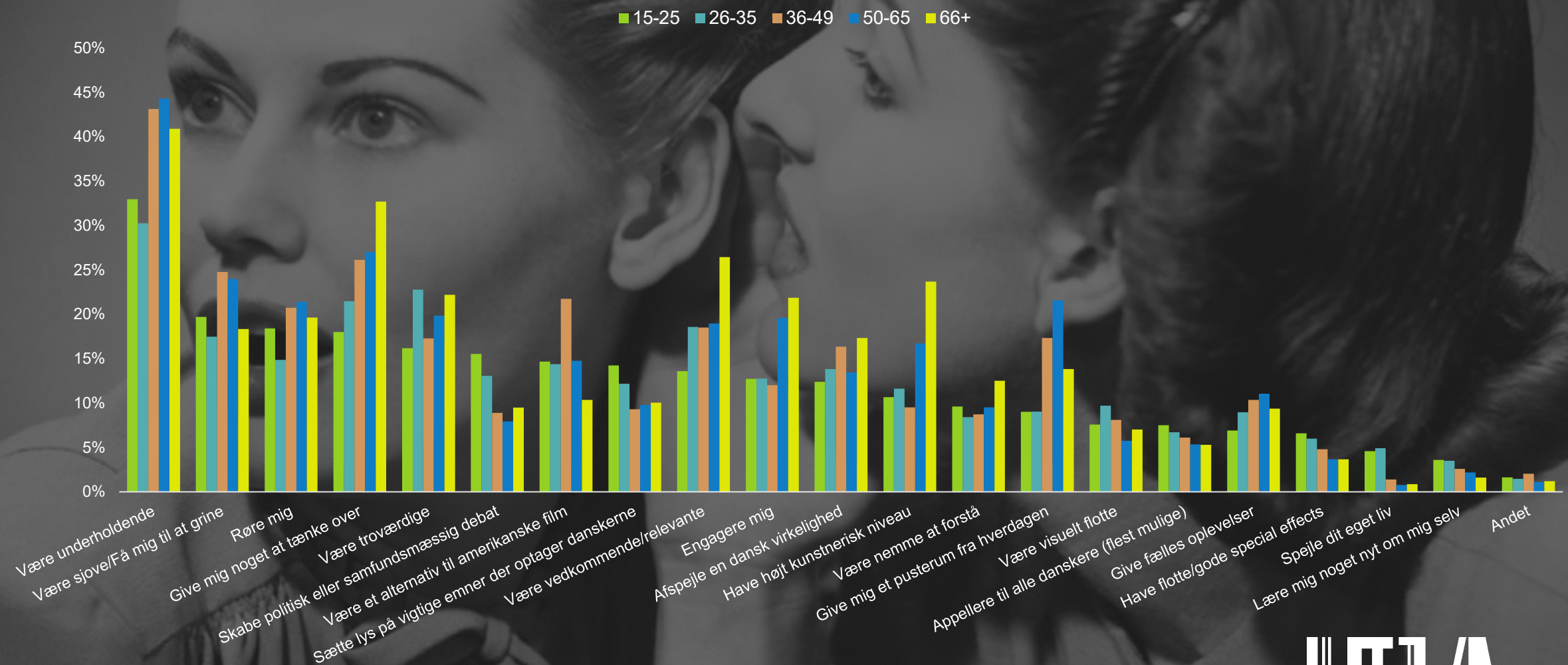
Hvad skal dansk film kunne?



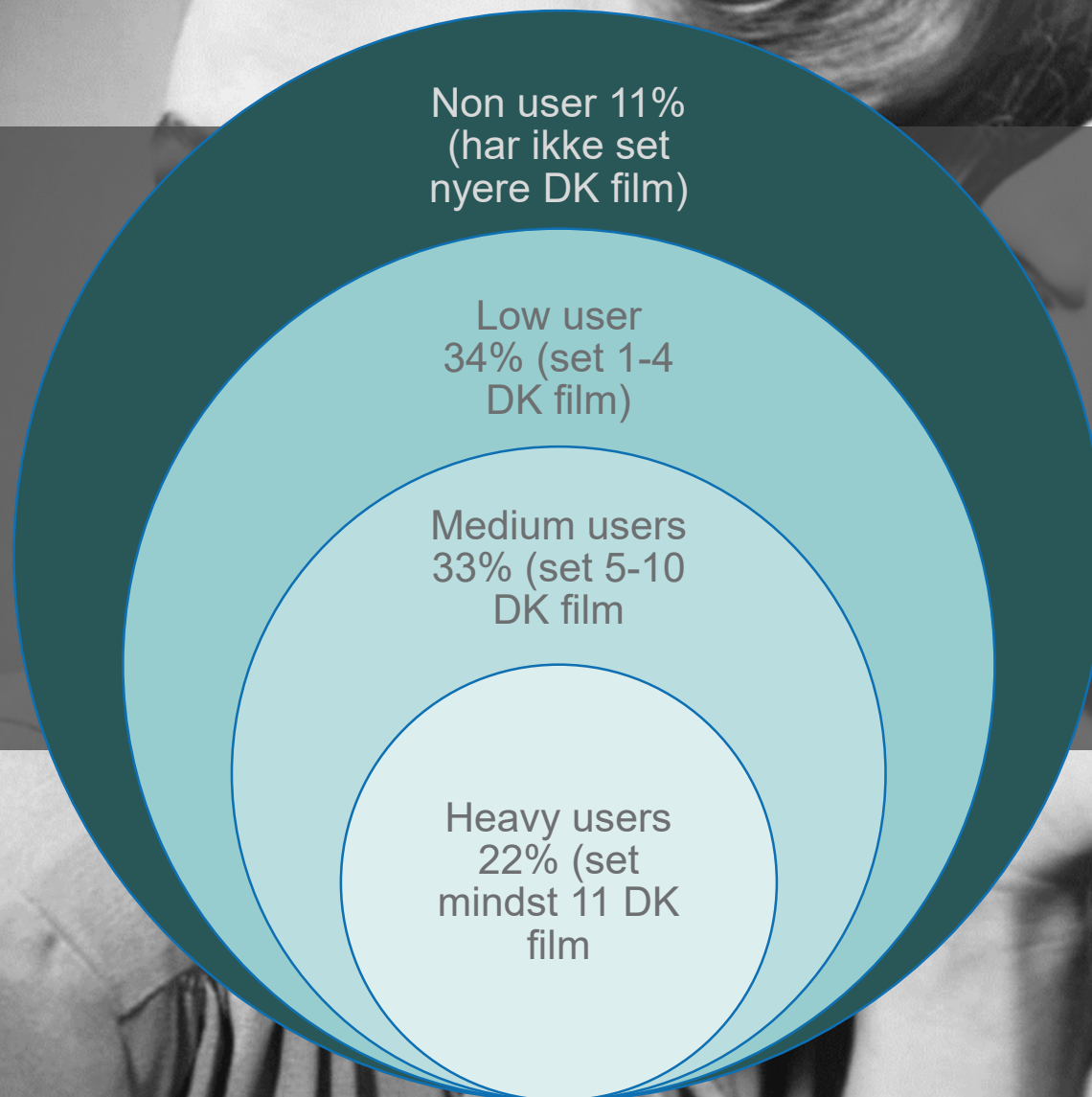
Hvad skal dansk film kunne?



Hvad skal dansk film kunne?



Udbredelsen af de nyere danske film - overblik



HEAVY USERS

- Kvinder (56%), 35-59år
- I forhold (Adult family, eller Active Empty Nest'ers)
- Ser mange både film, serier og dokumentarfilm generelt
- Funktionær med mellem/høj indkomst

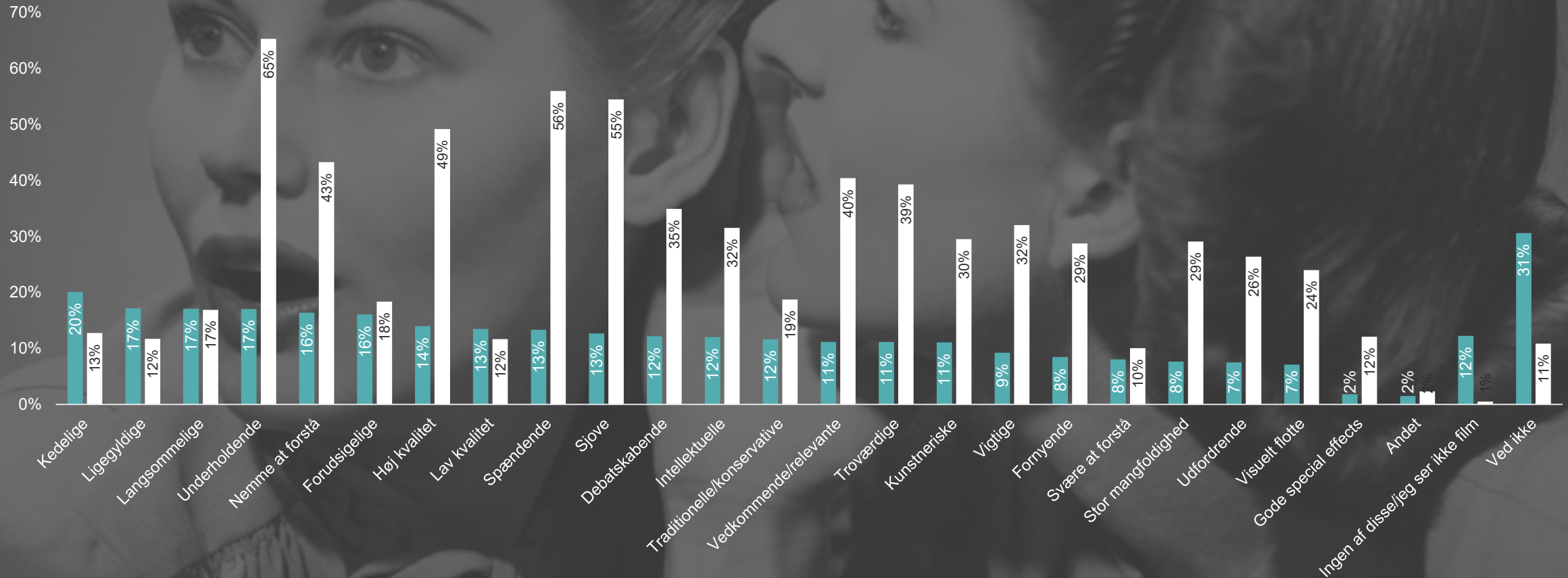
NON – USERS PROFIL (11 %)

- Mænd (62%)
- Markant overrep. i 55år+
- Single
- De findes i alle regioner i landet, men er overrepræsenteret i de mindste landsbyer
- 2/3 af dem er enten pensionister eller "active empty nesters" – og de har typisk lav indkomst
- De går slet ikke op i film og ser generelt meget færre film og serier
- Går sjældent i biografen og majoriteten af dem ser ikke film på nogen af de målte platforme (fysisk, digitalt, TV mv.)
- De går ikke op i teknologi, har ikke mange devices til at streame/spille film og spil, og skifter kun udstyr ud, når det er gået i stykker
- De er langt mindre på SoMe (14% af dem har ikke smartphone!)
- Når de ser tv, er det typisk Nyhederne, dokumentar, aktualitetsprogrammer eller sport - men i langt mindre omfang andre i befolkningen
- De er i højere grad interesseret i "fuglekiggeri" (10%) og computer programmering (9%) – men de mest nævnte aktiviteter er, at læse bøger (47%), se film (31%) og havearbejde (29%) – selvom det også her er mindre end i befolkningen generelt

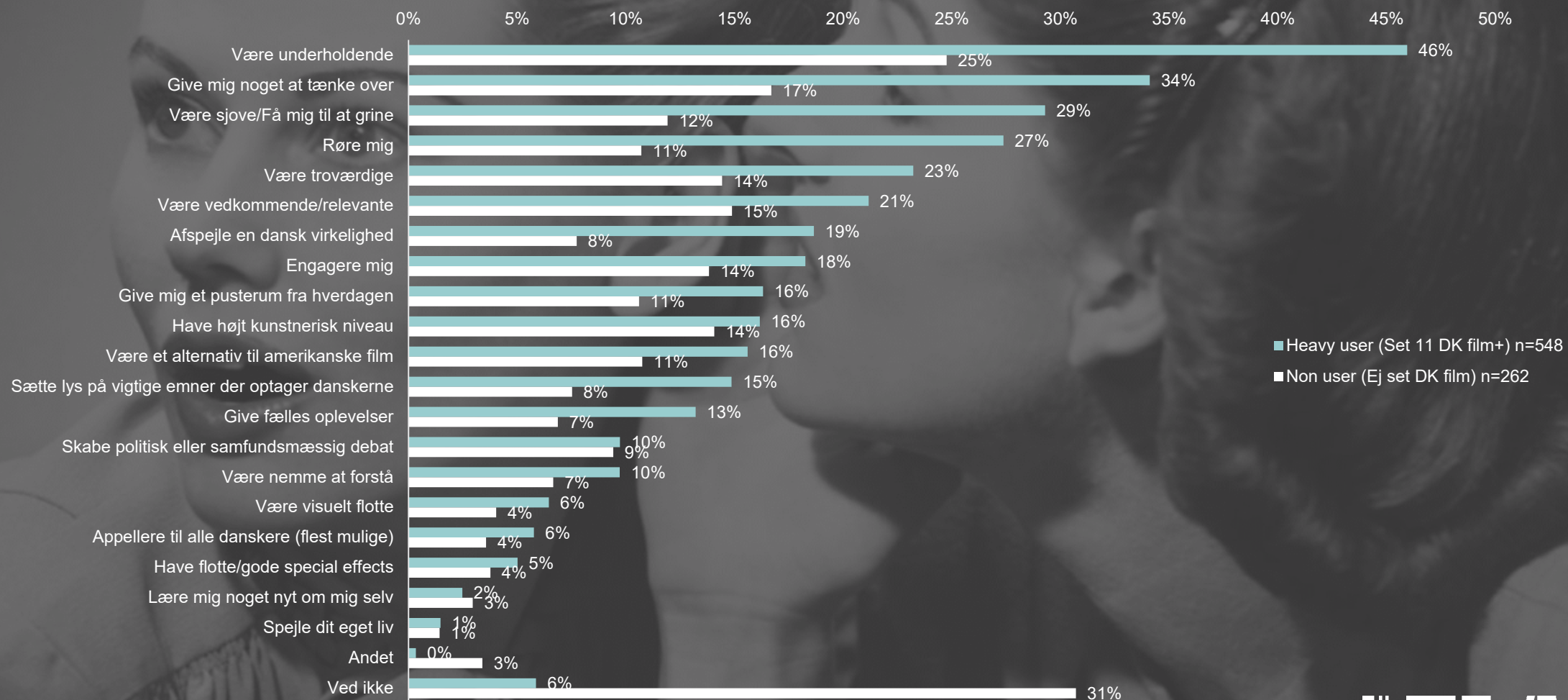
NON – USERS PROFIL

Hvordan oplever du overvejende danske film?

■ Non user (Ej set DK film -n=262) ■ Heavy user (Set 11 DK film+ n=548)



Hvad skal dansk film kunne?

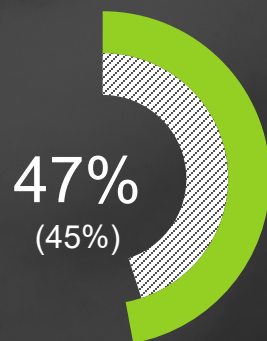




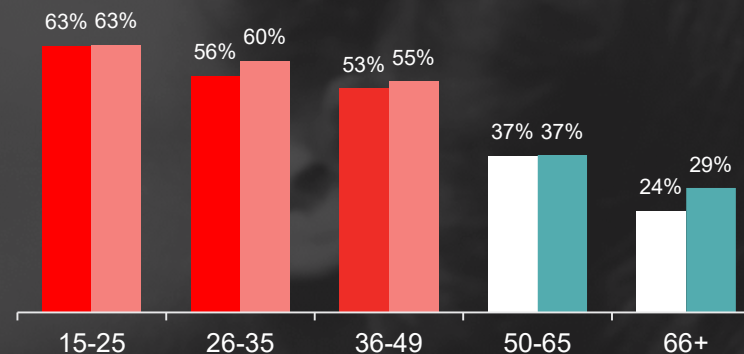
MYTER

Myte: Prisen for en biografbillet er ikke afgørende for hyppigheden af biografbesøg

Pris har betydning for frekvens af biografbesøg



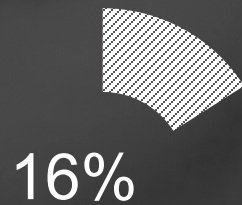
Prisen har betydning fordelt på alder



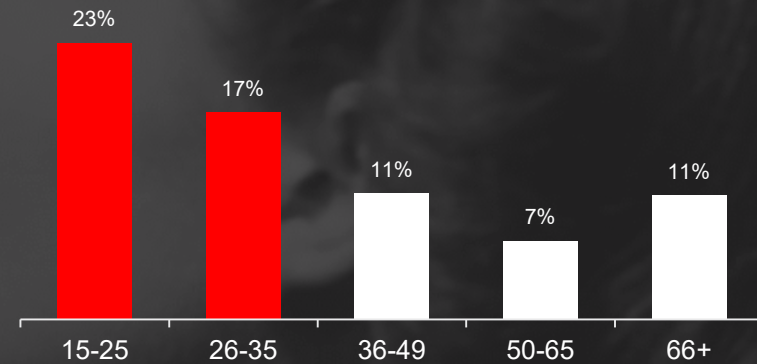
Prisen er stadig afgørende for antallet af biografbesøg for næsten halvdelen af danskerne – især for den yngre del

Abonnementsordning med fast filmprogram

Jeg ville gå mere i biografen, hvis der fandtes en abonnementsordning, hvor jeg kunne se et antal film der er udvalgt i forvejen



Betydning fordelt på alder



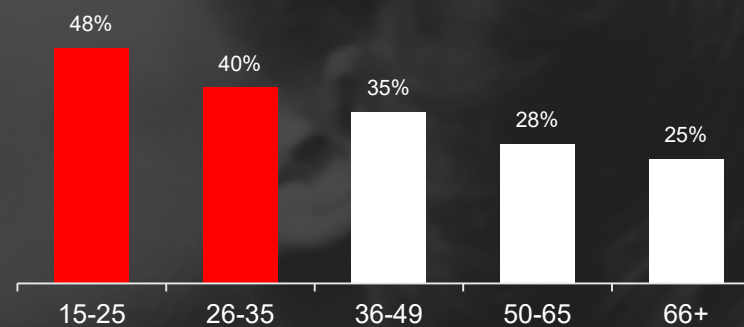
Knap hver fjerde blandt unge ville gå mere i biografen hvis der fandtes en abn. ordning med fast filmprogram

Abonnementsordning hvor du selv vælger

Jeg ville gå mere i biografen, hvis der fandtes en abonnementsordning, hvor jeg kunne se et antal film jeg selv vælger



Betydning fordelt på alder



Godt hver tredje vil gå mere i biografen – næsten halvdelen blandt unge – med abn.ordning med frit valg!

Indsigter om myter

- Godt 40% af danskerne mener at det er svært af overskue udbuddet af film og serier på de forskellige medier (streamingtjenester, internettet, TV, biograf, m.m.) – det er en stigning på 20%
- Unge voksne føler sig stadig stressede over alle de serier som de følger med i, og faktisk er andelen stigende (22%)
- Hver fjerde kan godt lide at se traditionelt "flow-tv", hvor man slipper for selv at skulle vælge hvad der vises – andelen er størst blandt unge voksne hvor det er hver tredje
- Størstedelen af danskerne mener ikke, at deres serieforbrug har betydet, at de går mindre i biografen (60%)
- Knap 40% af danskerne direkte foretrækker stadig at se film i biografen og en signifikant ændring ses i 15-25årige, hvor præferencen for at se film i biografen er steget hele 32%

FLERE INDSIGTER PÅ VEJ



Vidste du?

Om børn og unges brug af film og serier

Februar 2020



Spørgsmål?

Analysekonsulent
Martin Kofoed Hansen
martinkh@dfi.dk

Lanceringskonsulent
Sanne Juncker Pedersen
sannep@dfi.dk

Foto og art-work kreditering

- 22 July, Netflix (Slide 8, 9)
- A Star Is Born, Warner Bros. (Slide 38)
- Advokaten, TV3, Viaplay (Slide 42)
- Aldrig mere i morgen, Nordisk Film (Slide 37)
- Alle for tre, Fridthjof Film (Slide 36, 37)
- Arvingerne, DR (Slide 41)
- Babylon Berlin, Sky 1 (Slide 44)
- Badehotellet, TV2 (Slide 41)
- Bedrag III, DR (Slide 41)
- Better Things, HBO (Slide 43)
- Big Little Lies, HBO (Slide 43)
- Billions, Showtime (Slide 43)
- Bird Box, Netflix (Slide 8, 9, 10)
- Black Mirror, Netflix (Slide 43)
- Bohemian Rhapsody, 20th Century Fox (Slide 38)
- Borgen, DR (Slide 41)
- Breaking Bad, Netflix (Slide 41)
- Broen, Filmlance, Nimbus Film, SVT, DR & ZDF (Slide 41)
- Der kommer en dag, Nordisk Film (Slide 38)
- Dicte, Miso Film (Slide 41)
- Ditte & Louise, DR (Slide 46)
- Ditte & Louise, Nordisk Film (Slide 38)
- Doggystyle, DR (Slide 43)
- Dræberne fra Nibe, Nordisk Film (Slide 35, 37)
- En frygtelig kvinde, Nordisk Film (Slide 38)
- En mand der hedder Ove, Nordisk Film (Slide 38)
- Fasandræberne, Nordisk Film (Slide 33)
- Flaskepost fra P, Zentropa (Slide 33, 34, 37)
- Forbrydelsen, DR (Slide 41)
- Friheden, TV3, Viaplay (Slide 42)
- Game of Thrones, HBO (Slide 41, 47)
- Grey Zone, NRK, TV2, Cosmo Film, TV4, SF Studios Sverige, ZDFNeo (Slide 42)
- Grænse, Camera Film (Slide 38)
- Herrens veje, DR (Slide 41)
- House of Cards, Netflix (Slide 41)
- Håbet, TV2 (Slide 42)
- Hånd i hand, TV3, Viaplay (Slide 42)
- IT, Warner Bros. (Slide 38)
- Journal 64, Nordisk Film (Slide 33, 37, 47)
- Killing Eye, BBC (Slide 44)
- Klassefesten 3: Dåben, Nordisk Film (Slide 37, 47)
- Klovn, Zentropa (Slide 41)
- Kollektivet, Nordisk Film (Slide 37)
- Kriger, TV2 (Slide 42)
- Krøniken, DR (Slide 41)
- Lykke-Per, Nordisk Film (Slide 37, 47)
- Marriage Story, Netflix (Slide 8)
- Matador, Nordisk Film (Slide 41)
- Mercur, TV2 (Slide 41)
- Moonlight, Camera Film (Slide 38)
- Mænd & Høns, Disney (Slide 47)
- Ocean's 8, Warner Bros. (Slide 38)
- Orange is the new Black, Netflix (Slide 41)
- Our Planet, Netflix (Slide 44)
- Punisher, Netflix (Slide 43)
- Quicksand, Netflix (Slide 44)
- Rita, TV2 (Slide 41)
- Riverdale, Netflix (Slide 39, 40, 43)
- Roma, Netflix (Slide 8, 9)
- Sex and the City, HBO (Slide 41)
- Sex Education, Netflix (Slide 43)
- Sherlock, BBC (Slide 41)
- Star Wars: The Last Jedi, Walt Disney Pictures (Slide 38)
- Stranger Things, Netflix (Slide 43, 45)
- Sygeplejeskolen, TV2 (Slide 41)
- Så længe jeg lever, Nordisk Film (Slide 37)
- Ternet Ninja, Nordisk Film (Slide 37)
- The Act, Hulu (Slide 44)
- The Handmaid's Tale, Hulu (Slide 44, 46)
- The Irishman, Netflix (Slide 8)
- The King, Netflix (Slide 8)
- The Laundromat, Netflix (Slide 8)
- The Rain, Netflix (Slide 39, 40)
- The Square, Scanbox (Slide 38)
- Triple Frontier, Netflix (Slide 8)
- True Detective, HBO (Slide 43)
- Underverden, Scanbox (Slide 38, 45)